http://www.monitor.co.at November 11/2000

Monitor

Das Magazin für Informationstechnologie

ÖS 40,- DM 5,70

ISSN 1021-271X P.b.b. Zul.Nr. 372235W98E Verlagsort Wien, Verlagspostamt 1110 Wien - Coverbild PhotoDisc

ISSN 1021-271X 11
9 771021 271014

Themenschwerpunkt: WEB-Shops

Shops für WWW - Winner

Corel Draw die Zehnte!

WEB-Editoren im Vergleich

Serie: Unternehmensberater Teil 2

Optische Speichersysteme im Überblick:

CD-ROM/CD-R/CD-RW/DVD/Juke Boxen

Weder „Ja“ noch „Nein“

Lotfi Zadeh, „Vater“ der Fuzzy Logik, weilte in Wien

Gut verkauft im WWW

„E-Business ist Chefsache und muss deshalb vom Top-Management im Unternehmen entsprechend unterstützt werden“, betont Hans-Dieter Ernst, Chief Executive Officer (CEO) der Bull-Gruppe in Zentraleuropa in seinem Beitrag über Erfolgsfaktoren für E-Business-Projekte (E-World, S. 57).

Denn meist - so die Erfahrung des Experten - liegen die Gründe für ein Scheitern von E-Business-Projekten in der Ablehnung der Mitarbeiter und einer mangelnden Identifikation der Geschäftsleitung mit der neuen Strategie.

Deshalb widmet sich das „Thema“ der vorliegenden Ausgabe (S.30-48) ganz den „Web-Shops“: „Der elektronische Handel ist längst unübersehbare Realität: Sportartikel, Handyzubehör, Haustierbedarf und Mode wandern ebenso in den virtuellen Warenkorb wie CDs, Bücher und Software - und bringen handfeste Umsätze“, so schreibt unser Autor Uwe Kuell in seinem Thema-Beitrag (S. 34).

Dabei ist das Geschäft mit dem Endverbraucher bekanntermaßen nur die Spitze des Eisbergs: Weit größere Umsatzvolumina als im Business-to-Consumer (B2C) werden schon heute im Business-to-Business (B2B) gemacht, und daran wird sich absehbarer Zeit auch nichts ändern. Über Erfolg oder Misserfolg eines Internet-Geschäfts entscheidet jedenfalls eine Vielzahl von Faktoren. Etwa die Auswahl des richtigen Shop-Systems. „Denn die Häufigkeit, mit der ein Kunde kauft, hängt nicht nur von Produktqualität und Preis ab, sondern vor allem auch davon, wie er sich bedient fühlt. Und dafür ist eine kundenfreundliche Gestaltung des Shops - nicht nur im Sinne des Designs - notwendig“, so Kuell.

Auch unsere Autorin Stefanie Witta hat sich in die Thematik vertieft: „Internationale Konzerne wie Cisco oder Intel lukrieren große Gewinne aus ihrem B2B-e-Commerce, auf den sie ihren gesamten Betrieb umgestellt haben. Kleine und mittelständische Unternehmen scheuen verständlicherweise den mit einer solchen Umstellung verbundenen Aufwand, dessen gewinnbringende Wirkung sich nur schwer vorhersagen läßt.“ Die KMUs wünschen sich mehr staatliche Hilfe beim Einstieg in den E-Commerce (lt. Nextra-Umfrage). Gleichzeitig sehen sich nur fünf Prozent der heimischen Betriebe mit ihren E-Commerce Aktivitäten der europäischen Konkurrenz gewachsen. 32% verzichten lieber bis Ende 2000 auf E-Commerce-Angebote im Web.

Um seine Produkte auch ansprechend präsentieren zu können, bedarf es entsprechender Werkzeuge für die Gestaltung von Webseiten. „In kurzer Zeit haben Web-Editoren den Weg vom Hilfswerkzeug zur komplexen Anwendung hinter sich gebracht. Die Spitzenprodukte erlauben den effektiven Aufbau professioneller Sites. Bei Ausstattung und Arbeitsweise gibt es aber große Unterschiede“, beginnt Monitor-Autor Rainer Doh seinen Web-Editoren-Vergleich (E-World, S. 54).

DI Rüdiger Maier, Chefredakteur

Von der günstigen Shareware bis zur hochpreisigen Entwicklungsumgebung steht ein breites Sortiment zur Verfügung. An der Spitze der Beliebtheitsskala stehen fünf Produkte, die um die Gunst der Anwender buhlen: Adobes Golive, Macromedias Dreamweaver, Microsofts Frontpage, NetObjects' Fusion und Softquads Hot Metal Pro.

So hofft das Monitor-Team, Ihnen mit dem vorliegenden Heft Informationen vermitteln zu können, die Ihnen das Ein- und Verkaufen im Internet erleichtern werden, meint Ihr

Inhalt

WIRTSCHAFT

6 Hightech aus Österreich: Eine Animation sagt mehr als tausend Worte
10 Entwicklungen und Trends in der Unternehmensberatung
14 Computertelefonie auf Expansionskurs
16 Zurückhaltung bei ASP
17 Verstärktes IT-Outsourcing
18 Fujitsu Siemens: Positive Bilanz

MARKTPLATZ DER ZUKUNFT

20 Der Trend geht zur E-Beschaffung

LÖSUNGEN

22 Hartlauer/ WireCard: Der Kunde zahlt sicher wie es ihm gefällt
24 Badearmaturen mit Datenfluss
26 Schnelle Drucker für rasante Autos
28 Die hohe Kunst der Kundenbindung

THEMA: WEB-SHOPS

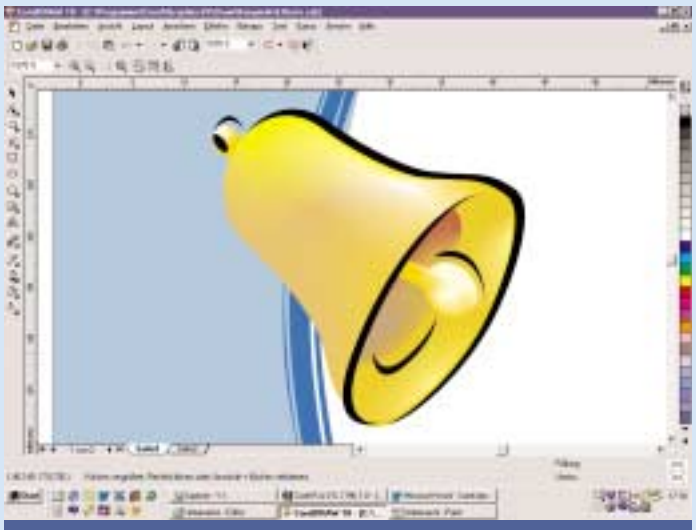
30 Standort Cyberspace: Shops for WWW-Winners
34 Trends bei Shop-Systemen: Das Handy lässt die Kasse klingeln
39 Komponentenbasierte Entwicklung von Web-Shops
42 Personalisiertes E-Business - BroadVision im Interview
44 Türen zum Business: B2B-Marktplätze
46 E-Commerce mit SIS und Intershop
47 Auktionen: Aufwertung für das Web-Shop
47 Einsteiger- und Profi-Shop-Lösung
48 Marktplatz im Web
48 Online-Shop rasch entwickeln

E-WORLD

52 Net Markets - Drehscheibe für den elektronischen Geldverkehr
54 Web-Editoren im Vergleich
57 Evolutionstheorie der „Net Economy“
59 E-Business wird zum Alltag - Ein Interview
60 Interweb 2000 - Messebericht
61 „Seitenwechsel“ bei Navision
62 Web-basierende Groupware-Applikation
63 Software AG baut Brücke zwischen Microsoft und IBM
64 Mainframe ans Internet

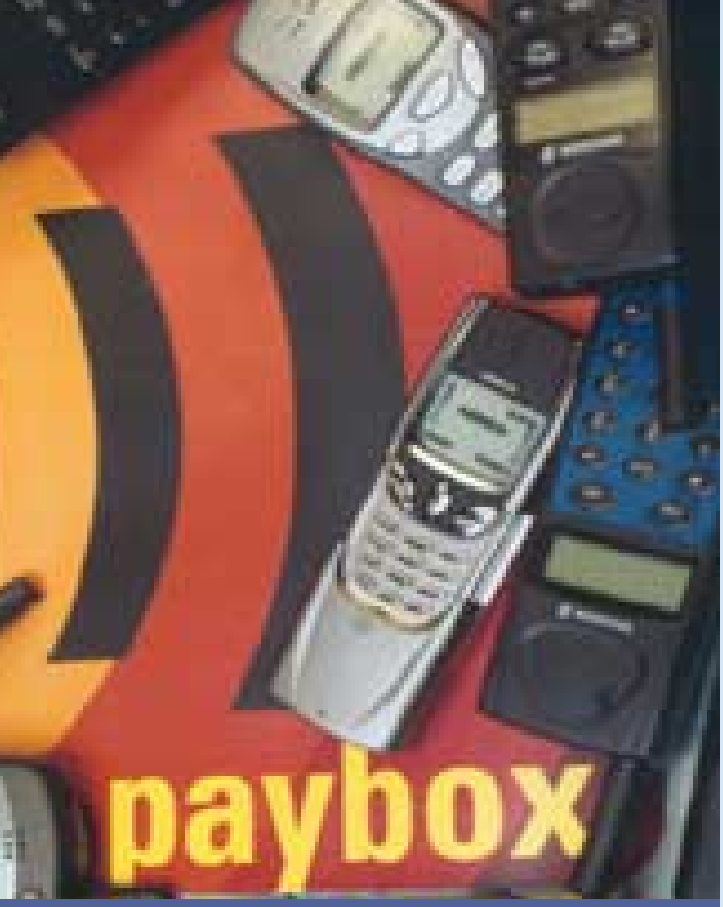
Web-Shops: Werden Sie ein WWW-Winner und Vertriebsmöglichkeiten im Cyberspace!

Viele Wege führen zum MCP - Tipps für Ihre IT-Aus- und Weiterbildung **Seite 98**



Web, Web, Web... Corel Draw startet mit Version 10 **Seite 80**

November 11/2000



d nutzen Sie die neuen
ab Seite 30

Finden Sie das ideale Werkzeug:
Web-Editoren im Vergleich Seite 54

Mehr zu sehen: Matrox Millenium G450
im MONITOR-Test Seite 90

Ein moderner Büroarbeitsplatz ist nicht nur EDV und IT: Die aktuelle Beilage zeigt Büromöbel - Trends für's Cyberoffice.

NETZ & TELEKOM

Security: Die Gefahr wächst	65
Welche Storage-Lösungen können die zukünftigen Anforderungen erfüllen?	68
KPNQwest goes worldwide	70
Hochverfügbare Serverlösungen für das E-Business	72
Neuer Steckverbinder-Katalog	73
Tivoli sucht Partner	74
Gratis - und wer bezahlt's?	75
„GlobalPlayer" für Security	76
ADSL von Net4You	77
Rotweißrote Handies mit Export im Visier	78
Fernsteuerung für Bildschirme	79

HARD & SOFTWARE

Corel, die Zehnte	80
AutoCAD goes Internet	82
Ortsunabhängige Bauprojektplanung via Internet	86
Wie Fertigungsunternehmen sparen können	87
Notebook mit Bluetooth PC-Card	88
Effizientes Management von Softwarelizenzen	89
Mehr zu sehen! - Matrox Millenium G450	90
Neue Scanner für Home und Office	92
Business Mapping	94
Document Consulting Services	95

JOB TRAINING

Viele Wege führen zum MCP	98
Neue Berufsbilder durch die New Economy	101
Bildungstrend: Lernen per Internet	102
Neuer Online-Stellenmarkt	104

MARKTVIEW

Die DVD kommt!	105
Perfektes „All in one" für CD-Writing	108
Marktübersicht: CD-ROM/CD-RW/DVD	109

MONISKOP

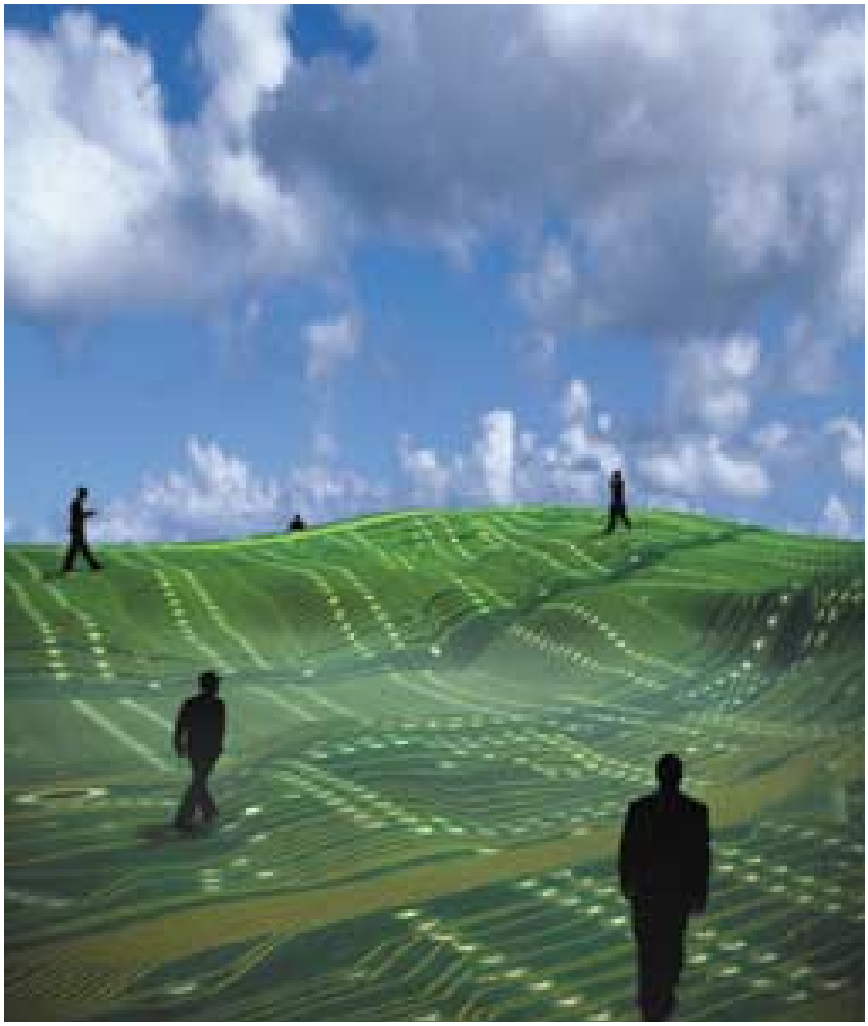
Fuzzy Logic: Weder „Ja" noch „Nein"	111
Aktuelle IT-Neuerscheinungen	113

AUS DER REDAKTION

Editorial	3
Inserentenverzeichnis	98
Impressum	98

Wahrscheinlich sind auch Sie schon oft vor dem Problem gestanden, bestimmte Abläufe oder Verfahren erklären zu müssen. Dann wissen Sie auch, wie angenehm es ist, wenn man ein Bild oder einen Film zur Hand hat und das Gesagte dadurch verständlich machen kann.

Corinna Fehr & Christian Henner-Fehr



Auf dem Weg in die Informationsgesellschaft

„Eine Animation sagt mehr als tausend Worte“

Computeranimationen dienen dazu, Pläne und Ideen, die auf Papier oder einfach nur in den Köpfen existieren, in Bilder und Filme umzusetzen.

Nicht nur das zukünftige Eigenheim oder bestimmte Abläufe innerhalb des menschlichen Organismus lassen sich auf diese Weise visualisieren. Auch die Funktionsweise einer Maschine erscheint uns so viel verständlicher und deshalb greifen immer mehr Unternehmen zur Möglichkeit der animierten Darstellung.

Ob Visualisierungen, Signations oder Special Effects, Animationen sind für uns heute schon fast etwas selbstverständliches und die wenigsten machen sich Gedanken darüber, welche Arbeit dahinter steckt. Einer, der sich darauf spezialisiert hat, die Pläne und Ideen seiner Kunden umzusetzen, ist Ing. Michael Mayer, Gründer und Geschäftsführer der Firma Animated Arts.

Es kommt darauf an, Inhalte und Technik zusammenzuführen

Das Unternehmen mit Sitz in Graz hatte in der Gründungsphase mit einigen Schwierigkeiten zu kämpfen, denn die ersten Gespräche mit verschiedenen Fördereinrichtungen verliefen eher negativ, erinnert sich Mayer. „Animation klang für meine Gesprächspartner nicht nach Innovation“, erzählt Mayer und so musste er einige Überzeugungsarbeit leisten, um die Gründungsphase zu überstehen. Mittlerweile konnte das Unternehmen aber die Startphase erfolgreich hinter sich lassen und zählt mit renommierten Kunden wie Coca Cola, Mazda, Steyr Daimler Puch oder VA-Tech zu den profiliertesten Anbietern Österreichs.

„Computeranimation ist für mich der Versuch, bestimmte Inhalte mittels einer speziellen Technik zu vermitteln und zu erklären“, so Mayer. Auch wenn er als Techniker großen Ehrgeiz entwickelt, die inhaltlichen Vorgaben der Kunden perfekt umzusetzen, „gilt es immer, die Budgets und die Zeitvorgaben einzuhalten“, weist Mayer auf seine Grundsätze hin.

Seine persönliche Vorliebe sind die technischen Visualisierungen, „aber die Entwicklung in diesem Bereich entspricht nicht den Erwartungen“, merkt Mayer an. „Vielleicht müssen wir den heimischen Unternehmen aber auch erst zeigen, welche Möglichkeiten sich hier auftun, denn bei internationalen Präsentationen und Events finden diese Visualisierungen immer größeren Anklang.“ Mehr im Trend und dadurch viel begehrter sind Signations und Opener. „Immer mehr Kunden wünschen sich professionelle Signations, wie sie sie von den Fernsehsendern her kennen“, erklärt Mayer. „Sie verhelfen ihren Präsentationen zu einem guten Start und garantieren, dass die Zuseher von Beginn an voll

bei der Sache sind." Aber auch für die ganz alltäglichen Präsentationen hat Mayer die entsprechenden Angebote, denn auch hier gilt: bewegte Bilder erhöhen die Aufmerksamkeit.

„Nachdem immer mehr Kunden Powerpoint für Präsentationen oder auch Sitzungen verwenden, haben wir ein spezielles Powerpoint Paket für kleine Unternehmen geschaffen. Ab 60.000 öS erhält der Kunde eine Signation und ein Design für seine Powerpoint-Präsentationen. Auch grafisch nicht geschultes Personal ist so in der Lage, die entsprechenden Inhalte einzusetzen", erläutert Mayer.

„Natürlich bieten wir auch an, einen Ausschnitt aus dem Firmenvideo in die Präsentation einzubauen oder eine kurze zur Präsentation passende Visualisierungssequenz zu erstellen", fügt Mayer hinzu. Visualisierungen kosten in der Regel zwischen 80.000 und 150.000 öS pro Minute und bieten sich darüber hinaus für die an, die ihr Unternehmen oder bestimmte Produkte auf CD, im Internet oder als Film präsentieren möchten.

Einige Hoffnungen setzt Mayer auch auf stereoskopische Visualisierungen. Präsentationen mit 3D-Brille bieten seiner Meinung nach ein neuartiges Seherlebnis und sind vor allem für Veranstaltungen mit Eventcharakter interessant. So gestaltete das Unternehmen beispielsweise alle Animationen und Special Effects für den EXPO-2000 Beitrag Vorarlbergs. Nachdem die Mitarbeiter der Firma auch mit sämtlichen Web-Technologien vertraut sind, „können wir unsere Kunden auch bei E-Commerce, Datenbank- und Internet/Intranetlösungen unterstützen und eine umfassende Betreuung garantieren", so Mayer.

Schnelles Wachstum ist jetzt notwendig

„Mit diesem recht umfassenden Angebot wenden wir uns vor allem an den deutschsprachigen Markt", erklärt Mayer. „Und da viele unserer Kunden ihren Sitz im Wiener Raum haben, bieten wir seit mehr als einem Jahr unsere Leistungen auch über unser Wiener Büro an." Mayer, für den der persönliche Kontakt zum Kunden sehr wichtig ist, geht auch ungewöhnliche Wege, um diesen zufrieden zu stellen. Produktvorschläge müssen nicht nur von den Mitarbeitern kommen. „Es kann durchaus sein, dass ich eine Art Ausschreibung organisiere, an der sich dann Expertenteams von außerhalb beteiligen. Der Vorschlag, der dem Kunden am besten gefällt, erhält den Zuschlag," erläutert Mayer. Für ihn macht es keinen Sinn, das Unternehmen abzuschotten. Offenheit ist für alle wichtig und so steht er einer Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen auch grundsätzlich positiv gegenüber.

Mayer kennt die Probleme, die ihm in nächster Zeit bevorstehen. Die Firma, die er derzeit noch als Einzelunternehmen führt, möchte er demnächst in eine GesmbH umwandeln. „Für uns ist jetzt schnelles Wachstum und eine entsprechende Unternehmensstruktur nötig, mit der wir für die Zukunft gerüstet sind," so Mayer. Mit einer umfassenden Angebotspalette und qualitativ hochwertigen Produktionen scheint die Firma gut gerüstet, um ihre Position am Markt auszubauen. Als Techniker liegt ihm natürlich viel an der Weiterentwicklung seiner Produkte. Die Forschungs- und Entwicklungskosten sind gerade für so kleine Unternehmen nur schwer zu verkraften und so macht er sich schon seine Gedanken über Börsengang und Venture Capital. Er weiß, dass er im Augenblick an einer Stelle angelangt ist, an der sich die Zukunft seines Unternehmens entscheiden wird. Wenn Mayer dann die für Steyr Daimler Puch neu entwickelte Signation vorführt, merkt man, mit welcher Begeisterung er bei der Sache ist. Dieser Funke überträgt sich natürlich und plötzlich kann man sich gar nicht vorstellen, dass hier was schief laufen kann. ❑

http://www.animated-art.com

Mag. Corinna Fehr arbeitet im Bundesministerium für Finanzen, Wien
Mag. Christian Henner-Fehr arbeitet als Kultur- und Projektmanager in Wien

Nachdem wir in der letzten Ausgabe ein wenig „Aufklärungsarbeit“ hinsichtlich des Berufsbildes, der Fähigkeiten und Fertigkeiten von Unternehmensberatern geleistet haben, wollen wir diesmal einige Berater selbst zu Wort kommen lassen. Wo steht die Unternehmensberatung heute?

Von Werner A. Leeb

Entwicklungen & Trends in der Unternehmensberatung Beratung - status quo!

Berater und Beratung hat es wahrscheinlich seit der Entstehung der Menschheit gegeben - immer dann war(en) sie gefragt, wenn es um die Klärung von Problemen und das Finden von (richtigen) Entscheidungen und Lösungen ging. Mit der zunehmenden Komplexität unserer Gesellschaft, wurde auch der Bedarf an professioneller Beratung immer größer, gerade wenn man die wirtschaftliche Entwicklung seit Beginn der industriellen Revolution betrachtet.

Immer komplizierter werdende Unternehmensstrukturen und -komplexe mit oft vielen Tausenden Mitarbeitern, zeigen naturgemäß einen höheren und veränderten Beratungsbedarf, als dies noch zu Zeiten von Manufakturen oder in handwerklich organisierten Gesellschaften der Fall war. Heute stehen wir wieder an der Schwelle zu einer neuen „Revolution“, diesmal der „virtuellen“, welche die Gesetze des wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Handelns und Entscheidens stark beeinflussen wird. Im Rahmen dieser Bestandsaufnahme interessiert vor allem die Frage, wo die Profession der Unternehmensberatung am Beginn dieses neuen Jahrtausends steht. Welche Veränderungsprozesse haben bereits begonnen und wohin wird es möglicherweise mit der Beratungsbranche gehen?

Wo stehen wir heute?

„Im Wesentlichen lassen sich drei Gruppen am Beratermarkt identifizieren,“ meint die Beratergruppe um Walter Häfele vom Management Center Vorarlberg. „Da sind große, international tätige Beratungsfirmen, die vorwiegend betriebswirtschaftlich/technische Fachberatung anbieten, wo der Kunde Fach-Know-how und Manpower eines „guten Namens“ kauft, dies jedoch bei relativ großer Anonymität und Auswechselbarkeit der einzelnen Berater und Beraterinnen. Eine weitere Gruppe stellen die zahlreichen Einzelberater mit unterschiedlich klarem und breitem Beraterprofil dar, die selbst meist vor ihrem Gang in die Selbständigkeit als Linienmanager oder aber Experte in Unternehmen tätig waren und daher auch als Berater mit diesem Funktionsverständnis arbeiten. Schließlich sind da noch die Beratungsunternehmen mit ca. 5-60 Mitarbeitern, die als Netzwerk organisiert sind bzw. auch mit anderen Beraternetzwerken kooperieren und vorwiegend als Experten in der Gestaltung von Entwicklungs- und Veränderungsprozessen tätig sind.“

Franz Biehal, Mitbegründer und Gesellschafter der TRIGON Entwicklungsberatung, sieht in den letzten zehn Jahren „ein Zusammenwachsen von Fach- und Prozessberatung, wobei die klassischen Hardline-Beratungsfirmen dabei sind zu lernen, wie Veränderungsprozesse umfassend gestaltet werden, während die reinen Prozessberater der klassischen Organisationsentwicklung sich viel zusätzliches Fach-Know-how angeeignet haben.“ Dieser Tendenz zur Ganzheitlichkeit (Fach- und Prozessberatung) stimmt auch Manfred Höfler, Mitbegründer und Geschäftsführer der INFORA Unternehmensberatung, zu, wobei er auch noch „eine Differenzierung und Spezialisierung auf bestimmte Themen, Branchen und Kundenprobleme“ ortet und „den Dialog zwischen Kunde und Berater gerade in der „Change-Beratung“ und die Umsetzungsbegleitung als wesentlichen Teil der Beratungsarbeit“ betont.

„Wenn wir von Unternehmensberatung sprechen, muss man festhalten, dass es die Unternehmensberatung als Begriff bzw. als festgeschriebene Größe gar nicht mehr gibt“ meint Gerd Prechtl, Vorsitzender der Berufsgruppe „Unternehmensberater“ und Vorsteher der Fachgruppe Niederösterreich. Er sieht „eine laufende Weiterentwicklung gemäß der Entwicklung der Wirtschaft, was dazu geführt hat, dass sich die Beratung von den klassischen Bereichen über Organisationsentwicklung, der Begleitung bei Fusio-

nen bis hin zur Informationstechnologie entwickelt hat".

Demnach kann eigentlich keiner, der in der Wirtschaft beratend tätig ist, gleich ob Wirtschaftsanwalt, Wirtschaftstreuhänder, Steuerberater usw. an der Unternehmensberatung vorbeigehen. Prechtl sieht hier „kein wittern von Geschäft, sondern massiven Bedarf an Beratung" und führt dies „auf die Unsicherheit und Mühe der Unternehmen zurück mit dem beständigen Wandel mitzuhalten. Die Unternehmen müssen lernen, dass die einzige Konstante in Zukunft die zunehmende Geschwindigkeit der Veränderung sein wird!".

Der Beratungsmarkt

Die Entwicklung des Beratungsmarktes hat sich, nicht zuletzt aufgrund der Gewerberechtsnovelle 1998, rasant verändert.

Waren in den Jahren 1976 bis 1997 noch durchschnittliche Zuwachsraten bei den Unternehmensberatern von 5-6% pro Jahr zu verzeichnen, so explodierte diese Zahl 1998 mit einem Plus von 27,5% und erreichte damit erstmals einen Stand von über 3500 Beratern in Österreich. 1999 kam es nochmals zu einem Zuwachs von 25,3% auf nunmehr insgesamt 4394 Unternehmensberater.

Diese Entwicklung ist auf der einen Seite durch die Veränderung der gesetzlichen Rahmenbedingungen, die oben bereits erwähnte Gewerberechtsnovelle 1998, eingeleitet

„Derzeit läuft ein Marktbereinigungsprozess" meint Franz Biehal von TRIGON

worden. Auf der anderen Seite sind es jedoch vor allem auch arbeitsmarktpolitische Effekte, die hier gegriffen haben. Vor allem auch die verstärkte Freisetzung älterer und damit teurer, andererseits aber hochqualifizierter Arbeitnehmer und Manager, haben diese unter den mehr oder weniger sanften „Zwang" in die neue Selbständigkeit gebracht. Ein solch explosionsartiger Zuwachs an Mitbewerbern schreit natürlich nach einer Gegenreaktion des Marktes.

„Derzeit läuft ein Marktbereinigungsprozess," meint Franz Biehal von TRIGON „der nach Qualität und Größe selektiert, wobei die vielen kleinen Einzelkämpfer und losen Arbeitsgemeinschaften nur mehr einige Nischen besetzen werden können". Im Wesentlichen sieht auch Manfred Höfler, INFORA, „ein Wachstum der Großen, und einen härteren Wettbewerb für die Kleinen", meint jedoch, „dass sich der Mittelstand profilieren wird". Für ihn ist die „Schärfung des Fitting, also die Abstimmung zwischen Beratungsangebot und Problemsituation des Unternehmens" ein Gebot der Stunde.

Das Management Center Vorarlberg (MCV) wiederum sieht die Zukunft in „vernetzten Beratungsorganisationen als Antwort und Voraussetzung für die Unterstützung wirtschaftlicher Netzwerkstrukturen, die sich durch die Globalisierung weiter ausbreiten werden".

„Eine Chance für Klein- und Mittelbetriebe an das Know-how von Großbetrieben heranzukommen" sieht Gerd Prechtl durch die gestiegene Zahl älterer, erfahrener Manager, die in die Beratung gegangen sind, wobei er hier „eine ordentliche Kalkulation und die Einführung von Standards auch für KMU´s" als Hauptpunkte nennt.

Dies wird zwar meist keine klassische Beratung, sondern vielmehr reine Fachberatung sein können, meint Prechtl, „da Manager nie gelernt haben zu beraten, sondern sich aufgrund ihrer Funktion oder Position durchzusetzen, außer sie hätten ein Führungsverständnis als Coach gehabt". Dabei handelt es sich somit vielmehr um analytische, konzeptionelle Arbeit und einen darauf beruhenden Know-how-Transfer, nicht jedoch um Beratung als Begleitung und Förderung interner Prozesse.

Mag. Werner Leeb ist Unetrnehmensberater mit Sitz in Wien und Krems ❑

Umsätze und Gewinne

Trotz angespannter Lage auf dem ERP-Markt schloss der dänische ERP-System-Anbieter **Damgaard A/S** das erste Halbjahr des Geschäftsjahrs 2000 mit Umsatzsteigerungen und der Erfüllung der erwarteten Geschäftsergebnisse ab: Der konsolidierte Gesamtumsatz beträgt 240 Millionen Dänische Kronen (rund 441 Millionen ATS oder 32 Millionen Euro). Der Gewinn liegt bei 0,6 Millionen Dänischer Kronen (1,1 Mio. ATS). Zusätzlich trägt der Verkauf der Damgaard Consulting A/S an die Aston IT Group für 33 Millionen Dänische Kronen (61 Mio. ATS) zum Gewinn bei. Der Anteil der im Ausland verkauften Lizenzen stieg um acht Prozent auf 59 Prozent. Der Verkauf von Lizenzen und die Vereinbarung von Wartungsverträgen für die ERP-Lösung Axapta konnten um insgesamt 162 Prozent gesteigert werden.

Freude kam auch bei **Hyperion** (Hersteller von Software für die Unternehmenssteuerung) auf. Das Unternehmen erzielte im abgelaufenen Geschäftsjahr 2000 einen Umsatz in Höhe von 496,9 Mio. Dollar (1999: 424,9 Mio.), was einer Steigerung von 17 Prozent entspricht. Dabei betrug der Nettogewinn (bei Außer-Acht-Stellung einmaliger Aufwendungen) 30 Mio. Dollar (1999: 25,4 Mio.)

Das erste Halbjahr des Geschäftsjahres brachte **Cognos**, Hersteller von Business Intelligence-Software, einen Umsatz von 226,9 Mio. Dollar, was gegen über dem Vorjahr (169,8 Mio.) ein Plus von 34 Prozent bedeutet. Der Nettogewinn kletterte von 23,7 Mio. in 1999 auf 28,5 Mio. Das zweite Quartal 2000 brachte mit 118,2 Mio. Dollar erneut einen Rekordumsatz.

Ein Umsatzplus meldet die **D-Link Deutschland**, Hersteller von Netzwerk-Komponenten, für das erste Halbjahr 2000. In den deutschsprachigen Ländern sowie Osteuropa wurde ein Gesamtumsatz von 32 Mio. DM erzielt, was eine Steigerung von 36 Prozent gegenüber 1999 bedeutet. Sämtliche Länder Osteur pas (außer GUS) haben mit derzeit fünf Millionen DM bereits nach einem halben Jahr nahezu den Gesamtumsatz des Jahres 1999 (5,9 Mio. DM)

„Wir sind mit unserem Umsatzergebnis für das erste Halbjahr 2000 mehr als zufrieden", freut sich Arnulf Hess, General Manager von D-Link.

erreicht. Österreich und die Schweiz schlugen sich mit vier Millionen DM Umsatz zu Buche. Die Wiener **Trust Consult** Unternehmensberatung erwirtschaftete im Geschäftsjahr 1999 einen Gesamtumsatz von 72 Mio. ATS. Davon entfielen 42 Mio. auf den Geschäftsbereich Management-Informationssysteme und Data Warehousing - was einem Wachstum von 30% gegenüber dem Vorjahr entspricht. Das nächste Ziel ist die Erschließung des deutschen Marktes, wo bereits zwei Projekte realisiert werden konnten.

Neues Navision Solution Center

Columbus IT Partner Austria nimmt Navision Produkte in seinen Vertrieb auf.

Navigieren gemeinsam: Ing. Erich Glanz (l.) Geschäftsführer von Columbus IT Partner Austria, und Mag. Stefan Gursky, Geschäftsführer Navision Software Österreich

Seit Anfang Oktober arbeitet Columbus Austria als zertifiziertes Navision Solution Center. Diese Vereinbarung wurde auf internationaler Ebene abgeschlossen; beide Firmen haben ihren Hauptsitz in Dänemark. „Wir haben besonders viele internationale Kunden und stärken so unsere Wettbewerbsposition im Mittelstand", freut sich Ing. Erich Glanz, Geschäftsführer von Columbus IT Partner Austria. Für Mag. Stefan Gursky, Geschäftsführer Navision Software Österreich, ist das „ausgezeichnete Consulting-Know-how" von Columbus für Mittelbetriebe gerade bei E-Business und der Verbesserung der Geschäftsprozesse ein wichtiger Faktor. ❑

http://www.columbus.at

ActiveISP etabliert Partnerbetreuung

Wolfgang Mondolfo wurde zum neuen Sales Channel Manager bestellt.

Wolfgang Mondolfo, neuer Sales Channel Manager bei Active ISP, wird die Partnerbetreuung forcieren

Wolfgang Mondolfo (30) übernimmt die Verantwortung für die Entwicklung, Realisierung und Kontrolle von Verkaufskanälen für die Produkte des norwegischen Webhosting und Application Service Anbieters. „Der Schwerpunkt meiner Tätigkeit liegt in der Partnerbetreuung", umschreibt Branchenprofi Mondolfo seine neue Herausforderung.

Der gelernte Nachrichtentechniker wechselte von Premiere World zur Kapsch AG, bevor er sich für die neu geschaffene Position bei ActiveISP entschied. Seine zusätzliche Ausbildung zum Wirtschaftstechniker ergänzt optimal sein technisches Know-how um den Sales- und Marketingbereich. „Das Reizvolle bei ActiveISP ist die Möglichkeit, mit dem Unternehmen und dem Kundenstock gleichzeitig dynamisch mitwachsen zu können. Verkaufsorientiertes technisches Verständnis sind dabei die wichtigsten Eigenschaften, um den Partnern eine optimale Betreuung zu garantieren und ihnen auch fachliche Beratung und Unterstützung in der Umsetzung von Marketingideen zu garantieren". ❑

Computertelefonie auf Expansionskurs

Nach der Beteiligung durch Go Equity steht bei 4Call einer Expansion nichts mehr im Wege.

Neues Führungsteam bei 4Call: Hans Joachim Schiffer als Geschäftsführer und CEO (l.) sowie Ing. Andreas Günser, CTO

Mit „All-inklusiv-Lösungen" für Computertelefonie möchte die Wiener 4Call in den nächsten Monaten am Markt durchstarten. In Deutschland wurde bereits ein 100%iges Tochterunternehmen gegründet. Die ehemalige MEC electronics - nun zu 4Call umfirmiert - hat durch eine 24% Beteiligung der Go Equity budgetär aufgerüstet. Gleichzeitig wurde mit Hans Joachim Schiffer als Geschäftsführer und CEO ein erfahrener Brancheninsider an Board geholt. Die technische Entwicklung bleibt in den Händen von Ing. Andreas Günser, CTO und früher Geschäftsführer von MEC.

4Call möchte vor allem die KMUs mit einer einfach zu installierenden PC-basierten Computertelefonie-Lösung für sich gewinnen. Als Hard- und Softwarepaket wird eine komplette Telefonanlage mit umfangreichen Funktionen angeboten, die auch Schnittstellen zu Datenbanken und Marketingtools beinhaltet.

http://www.4call.com

Neuer Xerox Präsident Europa

Jean-Noël Machon wurde zum neuen Präsidenten von Xerox Europe ernannt.

Machon ist in dieser Funktion verantwortlich für sämtliche europäischen Xerox Units, in mehr als 20 Ländern und einem Mitarbeiterstand von 19.000. Machon ist seit 1976 bei Xerox tätig und war zuletzt für die General Market Operations in Europa und Nordamerika verantwortlich.

Nicht zu letzt war Machon hauptverantwortlich für das enorme Wachstum vom Xerox im Bereich der Plug&Play-Printer und Multifuktionsgeräte. Innerhalb der Xerox European Solution Group wird Armando Zagalo de Lima Verantwortlicher für Industrial und Geographic Operations.

Xerox Europe realisierte 1999 einen Gesamtumsatz von 5,3 Milliarden Dollar. ❑

CAD as CAD can

Ihren Nutzen im Blick

Mit weit über 200.000 installierten CAD-Arbeitsplätzen sind wir einer der führenden CAD-Lösungsanbieter Europas. Auf Basis der Weltmarktführer-Software AutoCAD und unserer fein abgestimmten Branchenapplikationen planen, konstruieren und visualisieren Sie sicher, schnell und effektiv. Ganz unabhängig davon, ob Sie Maschinenbauer oder Elektrotechniker, Architekt, Haustechniker oder Geograph sind.

Freuen Sie sich auf Dateneingabe, -austausch und -transparenz über Zeit und Raum, Branchen und Unternehmensgrenzen hinweg! Und sprechen Sie mit uns über *Ihre* CAD-Lösung. Es ist die einzige, die für Sie zählt.

Mensch und Maschine Software AG
Argelsrieder Feld 5
D-82234 Wessling
Infoline: 0 18 05 / 6 86 - 4 61 (DM 0,24 / min)
www.mum.de

Niederlassung Salzburg:
06 62 / 62 61 50

Niederlassung Zürich:
01 / 3 08 60 30

mensch maschine
CAD as CAD can

Zurückhaltung bei ASP

Der Zukunftsmarkt Application Service Providing kommt in Europa nur langsam ins Laufen. Unternehmen fürchten Abhängigkeit vom Dienstleister.

Application Service Providing (ASP) - das Mieten von Software bei einem Dienstleister - scheint die Lösung der Zukunft zu sein. Aber der ASP-Markt kommt nur schleppend in Gang. Für neun von zehn Unternehmen ist ASP zurzeit noch kein Thema. Auch wird sich ein großer Teil der Anbieter für ASP-Lösungen am Markt nicht halten können. Diese Prognosen stellt die Hamburger Unternehmensberatung Mummert + Partner.

In den USA, die der europäischen Entwicklung zwei Jahre voraus sind, nehmen 80 Prozent der Unternehmen ASP in Anspruch. Der dortige Markt ist stabil, und es haben sich verschiedene Teilmärkte herausgebildet. Eine Entwicklung, die auch für Westeuropa erwartet wird. Marktanalysten erwarten bereits für das Jahr 2004 einen europäischen ASP-Gesamtumsatz von 1,5 Milliarden Dollar. Die Prognose: Zukünftig werden die großen Internet-Provider Gesamtlösungen anbieten und kleinere Unternehmen die Nischen bedienen.

Noch ist der europäische Markt allerdings nicht für den Boom gerüstet. Kleine und mittelständische Unternehmen, die in den USA 70 Prozent der Kundschaft ausmachen, warten ab und setzten weiterhin auf die bereits installierten Software-Lösungen. Der große Nachteil des ASP, die Abhängigkeit vom Dienstleister, wiegt Kosten- und Einführungsvorteile auf. Solange die Stabilität der Provider nicht gewährleistet ist, meiden die Unternehmen das Risiko, auf eine eigene EDV-Kompetenz zu verzichten.

Attraktiv sind die Möglichkeiten des ASP zur Zeit vor allem für den gehobenen Mittelstand: Die Serviceangebote - vom Auslagern einzelner Office-Anwendungen bis zur kompletten Buchhaltung und Abwicklung durch den Dienstleister - können flexibel dem Unternehmen angepasst werden. Dennoch warten die meisten Marktteilnehmer ab. Der Grund: die Provider müssen die Herausforderung, tiefgreifendes Prozess-Know-how aus der Branche mit technischen Fertigkeiten zu verbinden, erst noch bewältigen. Den Boom im ASP-Geschäft erwartet man bei Mummert + Partner erst ab Ende des Jahres 2001. ❑

http://www.mummert.de

AVM in Österreich

Der deutsche ISDN-Spezialist hat ein Österreich-Büro eröffnet.

AVM, einer der weltweit führenden Hersteller von ISDN-PC-Kontrollern, ist jetzt mit einer eigenen Niederlassung in Österreich vertreten. Andreas Erhart kümmert sich hierzulande um die vertriebliche und technische Betreuung des Fachhandels sowie um die Partnerunterstützung bei Kundenprojekten.

Weiters wird er das österreichische IPC-Programms (ISDN Partner Center) aufbauen. Das Programm umfasst die Vermittlung von Know-how zu aktuellen Produkten und Technologien sowie Support- und Verkaufsunterstützung für autorisierte und zertifizierte Händler.

Andreas Erhart betreut das neu AVM-Büro in Österreich

Internet @ Investor Relations

War es früher für den Aktienbesitzer schwierig, Informationen über „sein" Unternehmen zu bekommen, ist er heute unter Umständen nur ein paar Mausklicks davon entfernt.

Investor Relations nennt man die strategisch geplante Kommunikation und Pflege der Beziehung von Aktiengesellschaften zu ihren Aktionären. Waren vor 2 Jahren erst 61% der AGs im Internet präsent, gibt es heute keine Blue Chips ohne Webauftritt. Zu diesem Ergebnis kommt eine Untersuchung von NAGY's Werbe- und Marketingagentur im April und August 2000, deren Ergebnisse nun präsentiert wurden. Das Internet erlaubt es den Unternehmen, Aktionäre und Interessenten umfassend und schnell zu informieren. Vor allem die Blue Chips haben dieses Potential erkannt und bieten umfassende erviceleistungen. Aktienkurse, Chartservice und Jahresberichte sind selbstverständlich. Der E-Mail-Kontakt ist mit allen AGs möglich, selbst die Investor-Relations-Abteilungen sind zu 95,4% per Email erreichbar.

Anhand von 30 Beurteilungskriterien hat NAGY's ein Ranking erstellt, das von der OMV angeführt wird, die 86,7% der Kriterien erfüllt. Auf den nächsten Plätzen finden sich die Erste Bank und Bank Austria, Schlusslichter sind Libro (33,3%), Flughafen Wien (33,3%) und Semperit (26,7%).

Für Thomas J. Nagy zeigt die Untersuchung, dass das Web heute ein unverzichtbarer Bestandteil der Investor Relations ist. Bemerkenswert ist es für ihn aber, dass gerade Internetunternehmen diesen Bereich ziemlich vernachlässigen. ❑

Verstärktes IT-Outsourcing

Fachkräftemangel und Kostensenkung zwingen zu verstärktem IT-Outsourcing.

Die Unternehmensberatung Frost & Sullivan prophezeit dem europäischen Markt für IT-Outsourcing kräftiges Wachstum. Der Umsatz soll sich von 40 Milliarden US-Dollar (1999) auf 174,6 Milliarden US-Dollar bis zum Jahr 2006 mehr als vervierfachen. Hauptwachstumsfaktoren sind der Fachkräftemangel und die Kostensenkungsmaßnahmen bei den auftraggebenden Unternehmen.

Outsourcing hat sich in den letzten Jahren als wirksames Mittel zur Kostensenkung erwiesen und auf breiter Front durchgesetzt. Es bietet, so Judith Brown, Analystin bei Frost & Sullivan, strategische Vorteile und gibt Unternehmen die Möglichkeit, nicht zum Kernbereich gehörende IT-Aktivitäten effizient durchführen zu lassen.

Während früher sehr umfangreiche Outsourcing-Verträge abgeschlossen wurden, geht der Trend heute zur Vergabe ausgewählter Aufgaben. Eine wichtige Rolle spielen dabei Electronic Applications (Dienstleistungen rund um Web-Hosting, E-Commerce und ASP) als umsatzstärkster Sektor. Weitere wichtige Wachstumsfelder sind E-Procurement, Supply Chain Management und CRM.

Wichtigster europäischer Markt ist noch Deutschland mit derzeit 30 Prozent, knapp gefolgt von Großbritannien, das aber schon bald die Führung übernehmen wird. Den dritten Platz hat Skandinavien inne. Der Titel der Studie lautet „The European Market for IT Outsourcing".

http://www.frost.com

EPSON INSERAT

Fujitsu Siemens: Positive Bilanz

Georg Obermeier, Managing Director der Fujitsu Siemens Computers GmbH Österreich, zieht eine positive Bilanz der Geschäftsaktivitäten der vergangenen zwölf Monate.

„Die aktuelle geschäftliche Entwicklung läßt uns hoffen, auch das laufende Jahr als österreichischer PC-Marktführer abzuschließen." - Georg Obermeier, Managing Director der Fujitsu Siemens Computers GmbH Österreich

Auch nach der Fusion der Fujitsu Computers (Europe) Ltd. und des Geschäftsgebietes Computer Systems des Siemens-Bereichs Information and Communication Products konnte die starke Stellung am heimischen PC-Markt gehalten werden.

Dem Marktanalysten Dataquest zufolge wurden im zweiten Quartal 2000 in Österreich 167.373 Computereinheiten verkauft - sowohl an Business- wie auch an Endkunden. 40.723 Einheiten davon trugen das Fujitsu Siemens-Logo, was einem Marktanteil von 24,3% entspricht. „Ich freue mich sehr, dass Fujitsu Siemens Österreich seine Pole Position aus dem Vorjahr behaupten konnte", kommentiert Georg Obermeier die positiven Ergebnisse. Auf den Plätzen zwei bis fünf folgen Compaq (20,9%), IBM (9,9%), Acer (4,9%) sowie Hewlett-Packard (3,6%). ❑

SAP-Headquarter für Österreich und Osteuropa

SAP hat das neue Büro- und Schulungsgebäude in der Wiener Lassallestraße eröffnet.

Das neue Headquarter von SAP Österreich und der Region Central & Eastern Europe in der Lassallestraße 7b, 1021 Wien (Foto Reichl)

Das acht-geschoßige Gebäude bietet auf etwa 14.000 qm modernst ausgestattete Büro- und Schulungsräume und wurde in knapp zweijähriger Bauzeit errichtet. Das Projektvolumen belief sich auf rund 500 Millionen Schilling. SAP Österreich investierte zusätzlich 60 Millionen Schilling in die Infrastruktur (IT, Büroausstattung, Versorgungsräume). „Mit dem neuen Büro haben wir nun eine hervorragende Infrastruktur geschaffen, um für die weiteren Expansionspläne in Österreich und Osteuropa gerüstet zu sein. In naher Zukunft werden wir von Wien aus die Märkte in Rumänien und Kroatien erschließen, erklärte Heinz Hartinger, Geschäftsführer von SAP Österreich und Managing Director der Region CEE, bei der Eröffnung. ❑

Wirtschaft-News

Informix wird repositioniert

Die strategische Neuausrichtung des in den letzten Jahren wenig performant agierenden Datenbankherstellers geht in die letzte Phase. Sie besteht aus der Etablierung zweier unabhängiger operativer Einheiten: die erste, Informix Software, wird sich auf Datenbank-Managementsysteme konzentrieren, die zweite wird als neues Unternehmen für plattform- und datenbankunabhängige E-Business-Lösungen geschaffen. Beide Unternehmen werden 100%ige Tochtergesellschaften der Informix Corporation sein.

http://www.informix.com

CAD-Kooperation

Bentley Systems und Intergraph haben eine Absichtserklärung für ihre zukünftige Zusammenarbeit unterzeichnet: Bentley erwirbt drei Produktlinien von Intergraph, im Gegenzug wird Intergraph OEM-Partner der Produkte MicroStation und ProjectBank von Bentley. Vom CAD-Programm MicroStation, vor Jahren als AutoCAD-Herausforderer gehandelt, wurde unlängst die Version 8 präsentiert. http://www.bentley.de

Kingston liefert an Toshiba

Kingston Technology wird seine Speichermodule ab sofort auch an Toshiba und seine Tochtergesellschaften liefern. Diese Speichermodule werden als Toshiba Speicher verpackt und gekennzeichnet. Derzeit handelt es sich um Speicher für Toshiba PC 66, PC 100 und SODIMM, weitere werden folgen. Für Toshiba lautet die Quintessenz dieser Vereinbarung: „Unseren Kunden bieten wir ab jetzt hochwertige Speichermodule zu einem angemessenen Preis."

http://www.kingston-technology.com

Minolta will Minolta-QMS ganz

Die Minolta Co., Ltd möchte die restlichen 42,9 Prozent an der Minolta-QMS Inc. übernehmen. Dabei geht es um ein Volumen von ungefähr 40 Millionen Dollar. Im Augenblick besitzt die Minolta Investment Company schon 57,1 Prozent Anteile an der Minolta-QMS Inc. http://www.minolta-qms.de

CRM-Kooperation

Hyperion und update.com werden im Wachstumsmarkt CRM kooperieren. Eine strategische Partnerschaft für den deutschsprachigen Raum soll Unternehmen beim Einstieg in den Wachstumsmarkt E-CRM unterstützen. update.com beabsichtigt die Analysesoftware Hyperion Essbase in seine eigene Software maketing.manager zu integrieren. http://www.hyperion.at

Der Trend geht zur E-Beschaffung

Durch die Internettechnologie verändern sich die Beziehungen zwischen Herstellern, Händlern und Lieferanten grundlegend. Dies betrifft auch das Beschaffungswesen beziehungsweise den Einkauf. Wurden bislang Waren je nach Kategorie per EDI, Fax oder auch nur telefonisch bestellt, sieht die nahe Zukunft ausschließlich das Internet als Plattform für die Abwicklung der Beschaffung. Alle Kategorien von Gütern, angefangen bei Investitions- und Anlagegütern über Roh- und Produktionsmaterialien bis hin zu Hilfs- und Betriebsstoffen einschließlich Gemeinkostenmaterial werden künftig auf diesem elektronischen Weg gehandelt.

Ilse und Rudolf Wolf

Das Internet als Instrument der Beschaffung (E-Beschaffung beziehungsweise E-Procurement) gilt nach Meinung aller Experten als der Internet-Trend, der die Wirtschaft am meistern verändern wird. Entsprechend werden für die kommenden Jahre starke Zuwachsraten erwartet.

Nach einer Studie von Forrester Research beläuft sich der weltweite B2B-Markt im Internet auf einen Umsatz von 145 Milliarden Dollar, 2004 sollen es bereits 7,35 Billionen Dollar sein.

Einkauf im Betrieb per Mausklick steigert Gewinne

Die Beschaffung von Büroartikeln sowie betrieblichen Gebrauchsgütern, Ersatzteilen aller Art und Dienstleistungen verschlingt oft mehr Zeit und Kosten als sich Unternehmer bewusst sind. Mit dem Zugriff auf elektronische Kataloge lassen sich die damit verbundenen Geschäftsabläufe wesentlich vereinfachen.

Mit E-Procurement ergeben sich für Unternehmen eine Reihe von Vorteilen:

- Bessere Einkaufspreise durch hohe Markttransparenz.
- Reduktion des internen Beschaffungsaufwands durch Wegfall von Prozessschritten und dezentralisierte Beschaffung und damit Einsparung von Prozesskosten.
- Drastische Verkürzung der Beschaffungsdauer (Einkauf auf Mausklick).
- Verkleinerte Lagerhaltung und -kosten durch Just-in-Time-Bestellung und Lieferung.

„Die Einsparungsmöglichkeiten von Unternehmen sind schon sehr stark ausgereizt. Im Einkauf liegt enormes Potential, um mit modernen Software-Lösungen die Gewinne der österreichischen Unternehmen zu erhöhen", so Ing. Manfred Travnicek, Marketingleiter von SAP Österreich.

Business-to-Business Procurement von SAP

Die Lösung von SAP für den internetgestützten Einkauf heißt SAP Business-to-Business Procurement (SAP BBP).

Sie ist ein wesentlicher Bestandteil von mySAP.com und zählt weltweit bereits über 600 Installationen. SAP Business-to-Busi-

ness Procurement unterstützt sämtliche Beschaffungsprozesse, vom Anlegen der Bestellanforderung (wahlweise über elektronische Kataloge) über den Wareneingang bis zum Rechnungsausgleich. Eine bedienungsfreundliche, internetfähige und auf den gelegentlichen Anwender zugeschnittene Benutzeroberfläche lässt den Schulungsaufwand minimal ausfallen.

Ein weiterer Vorteil ist eine zeitnahe Integration der Zulieferer in den externen Beschaffungsprozess. Dadurch wird das Einkaufspersonal entlastet und es besteht mehr Zeit für Bezugsquellenwahl und Vertragsverhandlung. Darüber hinaus werden die statischen Einkaufskosten erheblich gesenkt, da der Beschaffungsprozess in einen via Internet abgewickelten Ablauf eingebunden ist.

Direkte Verbindungen zu elektronischen Marktplätzen

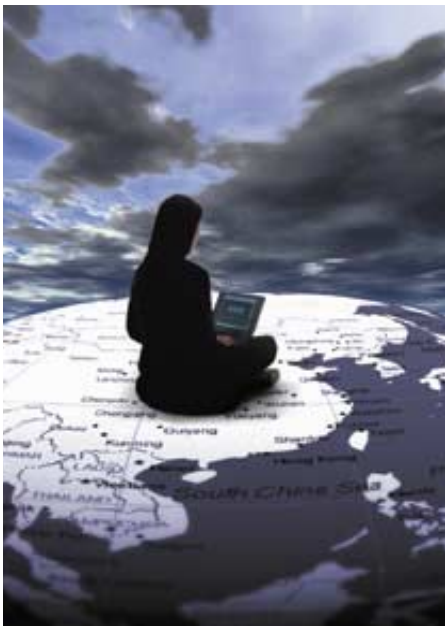
SAP Business to Business Procurement bietet direkte Verbindungen zu Marktplätzen (mySAP Marketplaces oder andere) im Internet. Damit sind Transaktionen durch einen nahtlosen, direkten Datenaustausch mit den Lieferanten über eine einheitliche Schnittstelle möglich. Wenn der Käufer einen Auftrag erteilt, löst dies eine Bestellung im Backoffice-System (z.B. SAP R/3) des Käufers und einen Auftrag im System des Lieferanten aus.

„Die Nachfrage nach Lösungen im Bereich Business-to-Business Procurement übertrifft unsere Erwartungen", beschreibt Manfred Travnicek die Situation bei SAP Österreich. Dazu eine Success-Story:

SAP Business-to-Business-Procurement bei Hella

Bei der Hella KG, dem weltweit führenden Automobilzulieferer, können die Mitarbeiter via Intranet ihren Bedarf an Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen (sogenannte C-Teile) selbst bestellen. SAP Business-to-Business Procurement liefert dafür die software-technische Plattform. In den fünf deutschen Hella-Fertigungsstätten werden damit seit Ende 1999 Bestellungen bei externen Anbietern mit einem Volumen von 80 Millionen Mark pro Jahr abgewickelt.

Erste Erfolge der B2B-Initiative im Hella-Beschaffungswesen wurden bereits sichtbar. Die Durchlaufzeiten der Bestellungen sanken bei gleichzeitiger Entlastung der Mitarbeiter um mehrere Tage, mit dem Ziel einer 24 Stunden Belieferung. Die Prozesskosten für Bestellvorgänge haben sich halbiert. Aus der Bündelung von Lieferanten resultieren spürbare Preisvorteile. Gleichzeitig erhält der Einkauf mehr Freiräume für die Konzentration auf strategisch bedeutsame Beschaffungsprojekte. Die Prozesskontrolle bleibt ohnehin erhalten, da nicht nur die Konditionen zentral verhandelt werden, sondern durch die Verbuchung aller Belege im R/3-System ein Höchstmaß an Transparenz entsteht. Das letztliche Ziel bei Hella ist klar definiert: 40.000 Rechnungen pro Jahr sollen eingespart werden.



BizTalk und XML: Der bessere Weg, um Daten über das Internet zu schicken

Als umfassende Architektur trägt BizTalk maßgeblich zur Standardisierung von „Business to Business"-Abläufen bei. Sie versetzt Unternehmen in die Lage, unabhängig von bestehenden Plattformen, Betriebssystemen und anderen Basistechnologien Geschäftsdokumente elektronisch auszutauschen und Anwendungen firmenübergreifend zu verbinden.

Microsoft's BizTalk Server 2000 ermöglicht die Integration von Anwendungen innerhalb und außerhalb von Unternehmungen mit dem Universalstandard XML.

Unterschiedliche Unternehmen verwenden unterschiedliche Datenformate. BizTalk Server 2000 wandelt alle Daten mit der XSL-TransformationEngine (XSLT) in XML um. Dabei werden verschiedenste Datenformate wie strukturiertes XML, EDI (X12 und EDIFACT), XML- DTD (data/ document type definitions) sowie Flat Files unterstützt. Für mehr Leistungsfähigkeit kann die Last auf mehrere Server verteilt werden (Load Balancing).

Die Extensible Markup Language XML ist eine textbasierte Meta-Auszeichnungssprache mit der Struktur und Inhalt von Dokumenten so präzise beschrieben werden können, daß es letztlich nicht mehr notwendig ist, die zum Verständnis und der Weiterverarbeitung von Daten notwendigen Informationen, den Standard, fest in die Anwendungen zu integrieren. Vielmehr besteht die Vision darin, den auszutauschenden Daten die zu ihrer Nutzung notwendigen Informationen mitzugeben. Neben der Unterstützung des Dokumentenaustausches ermöglicht XML allgemein die flexible Wiederverwendung von Daten und ist die Grundlage für eine Verwendung von Metadaten, was u.a. zu einer erhöhten Interoperabilität unterschiedlicher Anwendungen und mächtigen Retrievalmöglichkeiten führt. Anders gesagt, XML ergänzt HTML, ersetzt es jedoch nicht.

Intelligentes Dokumentenrouting

Der BizTalk Server 2000 ermöglicht ein verständliches und einfaches Prozessmanagement, einen zuverlässigen Dokumentenaustausch und E-Business-Integrationen.

Mit Hilfe eines regelbasierten Routings gelangen Dokumente auf der Grundlage bestimmter Werte, zum Beispiel des Gesamtbetrags der Bestellung, zu verschiedenen Empfängern. Dank dem Einsatz von Variablen erübrigen sich manuelle Eingriffe durch den Benutzer; Prozesse werden schneller und genauer abgewickelt.

Fehlertolerante Dokumentenlieferung

Mit BizTalk Server 2000 werden Geschäftsdokumente absolut zuverlässig geliefert. Ein zweites Übertragungsprotokoll kann für den Fall definiert werden, dass ein Dokument nach einer definierten Anzahl von Versuchen nicht erfolgreich zugestellt werden konnte. Wenn die zweite Übertragung ebenfalls nicht erfolgreich ist, wird das Dokument automatisch zur manuellen Bearbeitung in eine Warteschlange gestellt.

Die .NET Enterprise Servers Produktefamilie

Der BizTalk Server 2000 gehört zur neuen Microsoft .NET Enterprise Servers Produktefamilie und nutzt die Vorzüge innovativer .NET Architektur. Mit .NET Enterprise Servers bauen Unternehmen eine sichere, zuverlässige und optimal skalierbare E-Commerce-Infrastruktur auf, die im Zeitalter der Globalisierung entscheidende Wettbewerbsvorteile bietet.

Die .NET Enterprise Servers Produktfamilie basiert auf Microsoft Windows 2000, dem ersten Betriebssystem, das XML (Extensible Markup Language) unterstützt und so den mühelosen Austausch von Daten zwischen verschiedenen Unternehmen und Systemen ermöglicht. ❑

Der Kunde zahlt sicher wie es ihm gefällt

Mehr Flexibilität und größere Sicherheit beim Zahlen von Käufen im Internet bietet Hartlauer jetzt seinen Kunden im neuen Onlineshop mit der Wire Card.

Stefanie Witta

„Prinzipiell stellen wir dem Kunden frei, mit welcher Karte er in unserem Onlineshop bezahlen möchte. Wir nehmen alle Kreditkarten. Wire Card hat jedoch offenkundige Vorzüge, beispielsweise die erstklassige Versicherung und die sehr sichere Verschlüsselung mit Blowfish. Er gibt nur einen Ansprechpartner. Die Kreditkartendaten werden bei Wire Card nicht an Dritte weitergegeben, das heißt der Händler bekommt die Daten gar nicht, sie gehen direkt an das Kreditinstitut“, erzählt Robert Hartlauer. Auch braucht für WireCard keine Zusatzsoftware installiert oder ein Schlüssel bei der Bank beantragt werden.

Im Hartlauer Onlineshop kann seit drei Monaten mit WireCard, das von den Kunden sehr gut angenommen wird, bezahlt werden. Allerdings gibt es generell in Österreich bloß rund 400.000 - 500.000 Kreditkartennehmer und jüngere, HighTech-begeisterte Leute haben oft noch gar kein Plastikgeld.

„80 Prozent aller Warenkörbe werden abgebrochen, sobald es ans Zahlen geht“, bedauert der Unternehmer mit dem Löwen im Wappen. In Österreich stehe eben das Online-Business erst am Anfang, noch seien die Umsätze minimal und entsprächen etwa dem eines durchschnittlichen Ladens. Doch die Tendenz ist steigend und der Online-Auftritt wird laufend weiter ausgebaut.

Robert F. Hartlauer setzt beim Hartlauer Online-Shop auf WireCard

„Unser Internet-Portal wird ein Hartlauer-Megastore , in dem unser gesamtes Warenangebot lückenlos zu haben sein wird“, freut sich der dynamische Chef auf virtuelle Ausmasse. „Zuckerln“ für Web-Käufer gibt es bei Hartlauer keine, aber dafür ist die Zustellung ab einer Mindestkaufsumme gratis bis zur Wohnungstüre.

Über das Internet kann sich der Käufer von zu Hause aus oder in einem Hartlauer-Laden informieren, wo in der Lieferkette sich die bestellte Ware gerade befindet und wann mit der Lieferung zu rechnen ist. Die Zahlung kann mit allen gängigen Kreditkarten bei größtmöglicher Daten- und Transfersicherheit erfolgen. Der Kunde hat die freie Wahl, ob er via Computer, Callcenter, Handy, Terminal oder bar Vorauskasse beim persönlichen Besuch im Verkaufsladen bezahlen möchte.

Zahlungsprozess als Outsourcing-Leistung

Mit Wire Card wird dem online-Kunden bei Hartlauer eine sehr einfache und intuitive Zahlungsweise ohne spezielle Zulassungen und ohne umständliche Hard- und Softwareinstallationen geboten. Regionale Zahlungslösungen werden auch unterstützt. Das Clearing dauert lediglich 5-8 Sekunden. WireCard übernimmt den kompletten Zahlungsprozess als Outsourcing-Leistung.

Die Lösungen lassen sich in jede E-Commerce-Plattform einbinden, ohne zusätzliche teure Hardware oder Beschränkungen auf spezielle Betriebsplattformen. Offene Schnittstellen gewährleisten die Integration in den Workflow des Handelsunternehmens (zum Beispiel in die Finanzbuchhaltung oder das Warenwirtschaftssysstem). Modularer Aufbau und Skalierbarkeit gestatten flexible Anpassung an künftiges Wachstum.

WireCard-Lösungen sind schnell zu implementieren und freizuschalten. Kurze Clearingzeiten vermeiden, daß der Kunde während der Wartezeit den Kauf abbricht und den Onlineshop verläßt. Prinzipiell können mehrere Kanäle zur Auftragserteilung, von Internet über Callcenter, Mailorder, Terminal im Laden oder auch Handys in das ePayment eingebunden werden. Ebenso steht dem Käufer die Wahl von Vertragsbanken und Kreditkarteninstituten frei.

Ein einheitliches Berichtwesen über alle Bezahlverfahren sämtlicher eingegangener Transaktionen bietet dem Shopbetreiber hochgradige Transparenz in der Abwicklung. Das Clearing kann wahlweise in Echtzeit oder Offline im Batch-Modus erfolgen. Optional ist auch eine Versicherung gegen betrügerische Zahlungsausfälle verfügbar. Die 1999 in München gegründete Wire Card AG widmet sich der Entwicklung und dem Angebot sicherer und leistungsfähiger Lösungen für den Zahlungsverkehr in offenen Netzen wie dem Internet. Darüber hinaus bietet Wire Card eine umfassende Palette von Finanzdienstleistungen speziell für den Bereich des Online-Payment. http://www.wirecard.at ❑

Equant baut weltweites Datennetzwerk für den Sanitär-Konzern Friedrich Grohe AG.

Badearmaturen mit Datenfluss

Die Friedrich Grohe AG, Europas größter Hersteller von Armaturen für Bad und Küche, setzt ihre Internationalisierung auch in ihrer IT-Infrastruktur konsequent fort. Mit Equant setzt das Unternehmen aus dem deutschen Hemer seit Beginn des Jahres auf einen weltweiten Netzwerk-Partner für die effiziente und zukunftssichere Datenkommunikation zwischen den Niederlassungen und Produktionsstätten.

Die Mitarbeiter können über das Netzwerk E-Mails austauschen, CAD-Daten gemeinsam nutzen, Maschinen steuern oder auch ohne Sicherheitsrisiko aufs Internet zugreifen. Derzeit sind bereits Standorte in ganz Europa, der GUS, den USA, Singapur und China über das Equant-Netz verbunden. Dem Wachstum sind dabei kaum Grenzen gesetzt: Equant betreibt das größte kommerzielle Netzwerk der Welt in 220 Ländern. Für Grohe bedeutet das Outsourcing vor allem Sicherheit, zentrale Kontrolle und minimale Bindung interner Ressourcen bei umfassendem lokalem Support und Service.

„Mit einem Exportanteil von rund 62 Prozent sind wir im Bereich der Armaturen nicht nur einer der größten, sondern auch der internationalsten Player", erklärt Harald Prior, Abteilungsleiter zentrale und dezentrale DV-Anwendung der Friedrich Grohe AG. „Deshalb müssen auch unsere IT- und Kommunikations-Infrastrukturen auf globaler Basis tragfähig sein." Im Dezember letzten Jahres entschied sich der weltgrößte Exporteur von Badarmaturen für eine Zusammenarbeit mit dem globalen Netzwerkprovider.

Weltweit einheitliches Netzwerk

Ziel des IT-Managements von Grohe war es, ein weltweit einheitliches, leistungsstarkes und ausbaufähiges Netzwerk zwischen der Zentrale und allen Standorten zu schaffen. Alle Teilnehmer sollten einheitliche Services und Anwendungen einsetzen und nutzen können. „Ein homogenes Netz gewährt uns mehr Transparenz und Kontrolle über alle Aktivitäten weltweit," führt Prior aus. „Wir brauchen weniger interne Ressourcen für den Betrieb und die Überwachung des Netzwerkes und können so die Kosten niedrig halten." Für kleinere Standorte oder mobile Mitarbeiter stellt Equant zudem Zugänge zur Einwahl per Modem zur Verfügung.

Neben dem guten Preis-Leistungs-Verhältnis war die Präsenz vor Ort an allen Standorten ein wichtiger Faktor für die Wahl von Equant als Partner. „Equant garantiert uns die Verfügbarkeit der Verbindungen und bietet sehr guten zentralen und lokalen Support, den wir selbst nicht wirtschaftlich leisten könnten", so Prior.

Grohe nutzt das Netzwerk für den weltweit zentralisierten Betrieb seines ERP- (Enterprise Resource Planning)-Systems. Die Entwicklungsabteilungen können große Mengen von Konstruktionsdaten problemlos übertragen, genauso wie Daten zur Steuerung von Produktionsmaschinen.

Darüber hinaus läuft der gesamte E-Mail-Verkehr über das Equant-Netz, und seit kurzem ist für die Mitarbeiter auch ein mittels Firewalls gesicherter Internet-Zugang installiert. „Es hat sich ausgezahlt, daß wir seit der Wahl von Equant als Partner konsequent auf ein IP-(Internet Protocol)-Netz gebaut haben," kommentiert Werner Blume, Leiter Netzwerk von Grohe. „Wie den Internet-Zugang können wir so auch zukünftige Services nahtlos ins bestehende Netzwerk integrieren."

Umstellung an einem Tag

Eine besondere Herausforderung war die Umstellung auf das Equant-Netz zum 1. April - weil das gesamte internationale Netz zum selben Zeitpunkt in Betrieb genommen werden sollte.

„Diese Umstellung hätten wir vielen anderen Anbietern nicht ohne weiteres zugetraut", erinnert sich Blume. „Das Projektmanagement von Equant überzeugte uns allerdings, und mit einer reibungslosen Umstellung bestätigte Equant unser Vertrauen."

„Equant hat die Kontrolle über seine gesamte Infrastruktur", fügt Werner R. Gawlik, Managing Director von Equant Network Services Deutschland hinzu. „Weil wir ein eigenes Netz betreiben, sind wir weniger von Dritten abhängig als andere Carrier. So können wir eine höhere Qualität unserer Services liefern und auch garantieren."

http://www.equant.com

Der deutsche Sportwagenhersteller Porsche optimiert seine Produktionsverfahren durch Ergänzung der SAP-Umgebung mit HP-Druckern und JetCAPS-Lösungen.

Rüdiger Maier

Schnelle Drucker für rasante Autos

Als Teil einer umfangreicheren SAP-Implementierung prüfte Porsche Ende 1998 die Druckanforderungen. Der unternehmensweite Ausdruck von Barcodes stand im Mittelpunkt der Diskussion. Die Frage bestand darin, wie man den Ausdruck von Barcodes in verschiedenen Firmenbereichen (Forschung und Entwicklung, Lagerung, Produktion und Verkauf), die über mehrere Standorte im Raum Stuttgart verteilt sind, am kostengünstigsten durchführen sollte.

Dabei bedeutete die Notwendigkeit, diese Barcodes aus einer Reihe von SAP-Modulen zu drucken - von denen einige Porsche-spezifisch sind - weitere Schwierigkeiten. Spezielle Barcodedrucker mit geringer Flexibilität und hohen Anforderungen bezüglich der SAP-Programmierung stellten offensichtlich keine attraktive Lösung dar. Das Projekt verlangte außerdem nach umfassender Verfügbarkeit der eingesetzten Schriftarten, um damit die Vorgaben des „Corporate Design" (z.B. Hausschrift, Firmenlogo usw.) zu unterstützen.

Auf der Suche nach einer gemeinsamen Lösung für das Barcode- und Schriftproblem stellte HP seinen regionalen JetCAPS-Partner vor: die stethos Systemhaus GmbH. Das Systemhaus beeindruckte den Automobilproduzenten mit einer Lösung, die sich zum einen auf neue LaserJet-Drucker und zum anderen auf viele der bereits vorhandenen LaserJets anwenden ließ. Das JetCAPS BarDIMM ist eine Einsteckkarte, welche die benutzte Druckerbefehlssprache erweitert. Dabei sendet eine Applikation - wie in diesem Fall SAP R/3 - dem Drucker die Daten für den Barcode und dessen Formatierung. Das System druckt dann nicht nur den Barcode, sondern kontrolliert auch die Fehler-Erkennung und Prüfsumme. Daraus ergibt sich, dass die Belastung von Hostsystem und Netzwerk reduziert wird und die erforderliche SAPScript- und ABAP-Programmierung minimiert.

Die BarDIMM-Karte wurde sogar noch interessanter, weil viele der bereits im Unternehmen eingesetzten Drucker damit nachgerüstet werden konnten. Der einfache Einschub der BarDIMMs bereitete der Firma, die mit Porsches IT-Hardware-Unterstützung beauftragt war, keine Probleme. Die Einschübe erhöhen die Flexibilität und Rentabilität der neu erworbenen LaserJet 4050-Drucker, steigern den Wert der vorhandenen Drucker und verlängern deren Gebrauchsdauer. Die Aufrüstmöglichkeit für bis sieben Jahre zuvor gekaufte Drucker war ein weiteres Argument für Investitionssicherheit. Dies allein war ein Hauptgrund, sich für diese Lösung zu entscheiden. Bei dem Druckprojekt mussten auch alle Firmen-Schriften in neue und vorhandene Drucker integriert werden. Das Systemhaus benutzte dazu eine Flash-Speicherkarte, mit der diese Schriftarten direkt am Drucker zur Verfügung stehen und dadurch für jede Druckapplikation, einschließlich des gesamten Bereichs der SAP-Module, zugänglich sind. Diese höhere Verfügbarkeit optimiert die Einhaltung der Vorgaben des „Corporate Design" und ermöglicht ein einheitlicheres Erscheinungsbild. Der nächste Schritt des Projekts beinhaltet die SAP-Integration in die Ersatzteilorganisation, wo Barcodes eine unverzichtbare Rolle für einen reibungslosen Ablauf der Logistik spielen. ❑

http://www.hp.com/austria

Neben der breiten Produktpalette und hoher Netzqualität ist die Kundenorientierung eine der wesentlichsten Wettbewerbsstrategien der mobilkom austria. Gemeinsam mit SAS installierte das Unternehmen nun eine Lösung, um das Abwandern von Kunden zu verhindern.

Die hohe Kunst der Kundenbindung

Wichtiger Teil der Kundenbindungsstrategie sind etwa die derzeit 23 Shops als Kunden-Kompetenzzentren sowie ein modernes Call Center mit über 700 Kundenberatern. In den Call Centers werden täglich zwischen 20.000 und 25.000 Service Calls abgewickelt. Mit dem Eintritt von Konkurrenzanbietern in den Mobilfunkmarkt sah sich das Unternehmen neuen Herausforderungen gegenüber: Nicht nur die Kundengewinnung sondern die „Customer Retention", also die Erhaltung bestehender Kunden, ist das Thema im heiß umkämpften Markt. A1 soll für die österreichischen Kunden die richtige Wahl sein - und bleiben, auch wenn sich zum Beispiel die Anforderungen von Seiten des Kunden ändern.

„Die mobilkom hat sich von Anfang an zu einem aktiven Lösungsansatz für das Loyalitätsproblem am Mobilfunkmarkt entschlossen", erläutert Mag. Gerhard Wanek, Projektleiter bei der Mobilkom Austria. Wenn sich ein Kunde für A1 entscheidet, erhält er einen „Welcome Call", mit dem die Kundenbeziehung beginnt. Er wird wiederum angerufen, wenn er die erste Rechnung erhält, um die Beziehung zu verstärken. Weiters erhält er einen „Thank you Call", der im allgemeinen als Gelegenheit zu Cross Selling genutzt wird. „Wir versuchen, den Wünschen unserer Kunden immer zuvorzukommen und haben dafür spezielle Programme eingerichtet", so Wanek. Die Voraussetzung für erfolgreiches Halten von Kunden ist „Churn Prediction", die Voraussage von abwanderungswilligen Kunden. An diese Voraussage müssen aber auch sofort Aktionen anschließen, denn nur eine Kombination mit unmittelbaren Marketingmaßnahmen ist sinnvoll. Konzipiert wurde das Projekt „Churn Prediction" im Frühjahr 1999 von drei Abteilungen des Unternehmens: Marketing, Customer Service und IT. Gemeinsam definierte man die Ziele des Projektes und erarbeitete ein Anforderungsprofil an die dafür einzusetzende Software. Ein Data Warehouse und die Analyse von Daten daraus gab es zwar bereits, Data Mining wurde aber vor 1999 noch nicht betrieben.

Die mobilkom austria entstand 1996 durch eine Ausgliederung des Mobilfunkbereiches aus der damaligen PTA. Bereits im Sommer 1998 nutzten 1 Mio. Österreicher das A1 Netz. Im Februar 1999 erhielt das Unternehmen 1800-Frequenzen und verfügte als erster österreichischer Anbieter über ein Dual Band Netz. Die Anzahl der Kunden verdoppelte sich innerhalb eines Jahres auf 2 Millionen. Mit einem Marktanteil von 52,9% ist das Unternehmen, das zu 75% der Telekom Austria AG und zu 25% der STET International gehört, der führende Netzbetreiber im österreichischen Mobilfunk. „Unser Netz versorgt derzeit 97% der österreichischen Bevölkerung. Wir hatten Ende 1999 2,2 Mio. Kunden, was einer Verbreitung von 52,1% entspricht", erklärt Wanek. Im Jahr 1999 erwirtschaftete man mit 1800 Mitarbeitern einen Umsatz von 16,5 Mrd. ATS.

Nach einer Vorauswahl von etwa 10 Anbietern blieben nach der Prüfung der einzelnen Punkte im Anforderungsprofil noch drei mögliche Lieferanten übrig. Diese bekamen ein Datensample mit ca. 30.000 anonymisierten historischen Kundendaten zur Verfügung gestellt und mussten innerhalb einer Woche ihre Ergebnisse präsentieren. Da zeigte der SAS Enterprise Miner eindeutig die beste Leistung. „Damit wollten wir testen, ob die Anbieter in der Lage sind, unter Zeitdruck ein vernünftiges Ergebnis zu präsentieren. Dabei zeigte sich, dass SAS aufgrund seiner Erfahrung mit bereits durchgeführten Projekten die Nase vorn hat", so Wanek. „Wichtige Kriterien für uns waren in dieser Evaluierungsphase auch die Bedienbarkeit der Software sowie der Support vor Ort. So kann bei Schwierigkeiten schnell Hilfe geholt werden und man verliert keine wertvolle Zeit. Auch die Möglichkeit, das Data Minig Tool in eine größere Produktfamilie einzugliedern, war für uns wesentlich, damit wir später andere Produkte problemlos intergrieren können."

Mit dieser Entscheidung fiel auch die Entscheidung für das Consulting-Unternehmen PriceWaterhouseCoopers, das zusätzliche Marketingunterstützung einbringen sollte. Nach der Softwareentscheidung im Herbst

1999 begann man mit der Definition der benötigten Variablen für das Scoring Modell. Dafür wurden demographische Daten wie auch Informationen über den abgeschlossenen Vertrag verwendet. In der anschließenden Extraktionsphase wurden sowohl die Datenquellen wie auch die Datenqualität und -quantität evaluiert.

Ein eigener Data Mart entstand, der flexibel genug sein musste, um zu einem späteren Zeitpunkt auch zur Beantwortung anderer Fragen herangezogen werden zu können. Dieser Data Mart läuft auf einem NT-Server und bezieht seine Daten aus einem Data Warehouse.

Gleichzeitig begann man mit der Implementierung der Software auf den fünf dafür vorgesehenen Workstations und der Entwicklung des Scoringmodells. Wanek: „Wir entwickelten statistische Modelle um Churn-gefährdete Kunden vorherzusagen. Wir können zum Beispiel sagen, dass uns Kunde A mit dem Wert X im Juli mit einer Wahrscheinlichkeit von 90% verlassen wird. Im nächsten Schritt können wir die Ergebnisse und Schlussfolgerungen interpretieren und Churn Indikatoren wie „Vertragsdauer“ und „Anrufe in andere Netze“ etablieren.“ Für den Churn Prediction Prozeß werden Daten aus den Bereichen Marketing, Sales, IT, Call Center und Finance verwendet. In dieser Phase legte das Unternehmen viel Wert darauf, dass im Projektteam sowohl ausreichend Erfahrung im Data Mining und mit der Software wie auch Business Know-how vorhanden war. Im Bereich Software wurde Know-how von SAS zugekauft. „Es war aber immer unser klares Ziel, eigene SAS Kenntnisse aufzubauen, was auch sehr gut gelungen ist“, unterstreicht Wanek.

Das Projekt dauerte von der Konzeption bis zum Abschluß durch eine erste Customer Retention Kampagne etwa ein Jahr. Mittlerweile ist man zur Automatisierung übergegangen: die regelmäßige Ermittlung der Kündigungswilligen bewirkt entsprechende Marketing Aktionen. „Wir haben mittlerweile einen effizienten Churn Prediction Prozeß etabliert und können den Ausstieg eines Kunden mit genau abgestimmten Marketing-Aktionen abwehren“, so Wanek. Die Aktionen erhöhen die Loyalität von einzelnen Kunden oder Kundensegmenten. Die neu entwickelten Loyalitätsprogramme heißen „Mobilcircle“, „Mobilpoints“ oder A1 Next und reichen bis zu ganz individuellen Angeboten.

In Zukunft will man SAS-Software auch noch für andere Themen einsetzen: Antrags- und Verhaltensscoring, Cross & Up Selling; Warenkorbanalyse sowie für Vertriebsinformationen via WAP-Handy für Außendienstmitarbeiter.

„Das erste Data Mining Projekt bei der mobilkom ist sehr gut gelaufen, auch Dank der hervorragenden Consulting Leistung von SAS“, erklärt Wanek, „wir haben durch dieses Projekt sehr viel über das Kundenverhalten gelernt.“ Man komme damit einen Schritt weiter in Richtung One-to-One Marketing und könne Kunden individuell zugeschnittene Angebote unterbreiten: „Die Kunst ist es, den richtigen Service zum richtigen Kunden zu bringen.“ ❑

http://www.mobilkom.at

INSERAT XEROX

Auch für Mittelstand und Kleinbetriebe gibt es virtuelle Shops, die das Sortiment mit überschaubarem Aufwand weltweit anbieten.

Stefanie Witta

Standort Cyberspace: Shops for WWW-Winner

Internationale Konzerne wie Cisco oder Intel lukrieren große Gewinne aus ihrem B2B-e-Commerce, auf den sie ihren gesamten Betrieb umgestellt haben. Kleine und mittelständische Unternehmen scheuen verständlicherweise den mit einer solchen Umstellung verbundenen Aufwand, dessen gewinnbringende Wirkung sich nur schwer vorhersagen läßt.

Sie wünschen sich mehr staatliche Hilfe beim Einstieg in den E-Commerce. So ergab eine Umfrage im Auftrag von Nextra, einem in ganz Europa für Klein- und Mittelbetriebe tätigen Internet Business Service Provider, dass nur jeder vierte europäische Klein- oder Mittelbetrieb beziehungsweise 36 Prozent der befragten österreichischen Unternehmen mit der gebotenen Unterstützung zufrieden sind. Gleichzeitig sehen sich nur fünf Prozent der heimischen Betriebe mit ihren E-Commerce Aktivitäten der europäischen Konkurrenz gewachsen. 32% verzichten lieber bis Ende 2000 auf E-Commerce-Angebote im Web. Lediglich schwedische Kleinbetriebe fühlen sich in dieser Hinsicht dem europäischen Standard überlegen. Dabei holen sich laut einer Umfrage von Netsurvey in Schweden, wo laut Daten mehr als 87% der Menschen bereits einmal im Internet eingekauft haben, auch im Hohen Norden neun von zehn Websurfern nur Informationen aus dem Netz, um dann wie gewohnt im Laden ums Eck einzukaufen.

Österreichische Unternehmen zögern

PricewaterhouseCoopers führte in Zusammenarbeit mit dem Institut für Informationsverarbeitung und Informationswirtschaft an der Wirtschaftsuniversität Wien bei Österreichs Top 500 Unternehmen eine detaillierte Befragung zu ihrer aktuellen Performance im Internet und ihren Zielen und Zukunftsstrategien für E-Business-Lösungen durch. Die Ergebnisse dieser Befragung, an der sich rund ein Drittel von Österreichs Top 500 Unternehmen beteiligte, wurden in weiterer Folge analysiert und mit entsprechendem internationalen Datenmaterial abgestimmt. Dabei stellte sich heraus, dass zwar die Hälfte der befragten Unternehmen Pläne haben, bis Mitte 2001 aktiv im E-Business tätig zu werden. Kosten und Nutzen von E-Business werden jedoch generell noch stark unterschätzt. Damit einher geht eine klare Tendenz: Die Realität des Web-Auftritts von Österreichs Top 500 und ihre Erwartungshaltung in moderne E-Business-Lösungen klaffen deutlich auseinander. Die Mehrheit der Unternehmen sieht in einem Web-Auftritt eigentlich keinen Zusatznutzen für den Kunden. Hinderlich empfunden werden auch mangelnde Datenschutz, Rechtssicherheit und Zahlungsabwicklung. Nichtsdestoweniger betreiben fast 65 Prozent der Befragten eine Web-Site, über 20% haben eine geplant.

Mittelstand: E-Business Überlebensfrage

Intel CEO Craig Barrett meinte anläßlich eines München-Besuches, er erwarte durch die kraftvolle Entwicklung des Internet ein exponentielles Wachstum der deutschen Internet-Wirtschaft. Der elektronische Handel zwischen Unternehmen würde innerhalb der nächsten vier Jahre weltweit auf sieben Billionen Dollar wachsen.

Vor allem wäre es wichtig, daß sich der Mittelstand zum Internet bekenne. Unternehmen würden bald „ganz einfach nicht mehr in der Lage sein, auf normale unternehmerische Herausforderungen ohne E-Business Technologie reagieren zu können". Beispiele solcher Herausforderungen sind: die Reduzierung der Geschäftskosten, die Optimierung von Kundenkontakten, Lagerbeständen und Inventarverwaltung, die Bedienung unterschiedlicher Vertriebskanäle bzw. von Tausenden Kunden weltweit, die Kunden zufrieden zu stellen, um von einer großen Kundengruppe als Lieferant für zahlreiche Produktbereiche gewählt zu werden. Reichweite, Einnahmen und Produktivität bilden die geschäftlichen Grundlagen hierfür.

E-Commerce für KMUs

Mittlerweile sind auch zahlreiche E-Commerce-Lösungen für mittelständische und kleine Unternehmen auf dem Markt. Zu den ersten namhaften Anbietern zählt nach SAP das Business-Softwarehaus J.D.

Edwards, das mit der offenen, kollaborativen Lösung OneWorld Xe die Kommunikation zwischen Herstellern, Lieferanten und Kunden entlang der Wertschöpfungskette gestattet. OneWorld ist eine netzwerkzentrierte, objektbasierte und plattformunabhängige Unternehmenssoftware. Gemeinsam mit Technologien und Softwarelösungen von Partnern wie Siebel oder Aptiva bietet OneWorld eine umfassende Lösung für das Management von Unternehmen: Finanzen, Distribution, Produktion, Supply Chain Management, CRM, Knowledge Management, E-Procurement sowie den Aufbau von virtuellen Marktplätzen. Zusätzlich integriert wurden die Technologien von Netfish Technologies und Active Software. „Wir wollen nicht wie SAP alles aus einer Hand anbieten, sondern agieren nach der Best-Of-Class-Strategie“erklärte Peter F.Landolt, General Manager für Deutschland, Schweiz und Österreich, die Strategie von J.D. Edwards. In Europa werden die Lösungen über Vertriebspartner angeboten.

Während große europäische Versandhäuser häufig auf ausgereifte High-end Software von Intershop zurückgreifen hat der E-Business Spezialist BroadVision eine mächtige E-Commerce-Plattform errichtet, die Einkauf, Verkauf und E-Commerce integriert. Die vollständige Abwicklung der gesamten Wertschöpfungskette im E-Commerce erfolgt über diese eine Plattform.

Die MarketMaker Software sorgt dabei für die Einrichtung und das Management von Online-Marktplätzen. BroadVision Procurement ermöglicht eine automatische, web-basierte Abwicklung des Einkaufswesens über ein weltweites Netzwerk von Lieferanten. Die Applikation stellt Informationen auch über mobile Anschlüsse zur Verfügung, erlaubt Echtzeit-Publishing und integriert Funktionen zur personalisierten Darstellung von Informationen.

Verständnis für den Mittelstand und seine Bedürfnisse beweist die Cubit IT Solutions, selbst ein junges, mittelständisches Unternehmen, das sich auf IT-Dienstleistungen und E-Commerce-Lösungen spezialisiert hat, mit seinem E-Fertigshop. „Unix-Power auch zum Mittelstand“, lautet hier die Devise für kostengünstige, skalierbare Lösungen auf Intel PC-Basis. „Je kleiner der Betrieb, desto wichtiger ist es für ihn, die Produkte schnell und ‚online’ warten und bearbeiten zu können, damit Preisänderungen und Produktinformationen sekundenschnell zum Kunden im Shop gelangen“, streicht Cubit Prokurist und Projektmanager Matthias König hervor.

Die Cubit Shopengine „One Stop Shop“ beinhaltet einen Produktkatalog, in dem die Produkte in Artikelhauptgruppen und in bis zu fünf Artikelgruppen gegliedert darstellbar sind. Über eine Katalogsuche kann der Online-Kunde im Katalog suchen und die gewünschten Artikel und Produkte im Warenkorb ablegen. Die Shopfunktionen umfassen Lieferung Frei Haus, Liefergrenzen, Mindestbestellungen, Darstellung der Artikel mittels Bildern und Grafiken, Auftragsbestätigung per Mail, Online Shopmanagement zur sofortigen Wartung des Online-Shops und umfangreiche Statistikfunktionen (z.B. Umsatz- und Zugriffsstatistiken). Sichere Zahlungssysteme mittels SSL Verschlüsselung bei Kreditkartenabrechnung sowie automatisierte Abbuchungssysteme ge-

währleisten dem Online-Käufer höchstmögliche Sicherheit. Der One-Stop Shop kann mit wenig Aufwand an ein beliebiges, bestehendes Warenwirtschaftssystem angebunden werden. „Jeder registrierte Kunde ist laut Marktforschung rund 17.000,- Schilling wert. Wenn die Site ausfällt, verliert der E-Händler leicht Kunden", weiß der Cubit-Manager und betont die Sicherheit der Linux-Lösungen, obschon auch Windows-basierte Webserver verfügbar sind.

Virtueller Laden im Blisterpack

In Österreich schaffte es GNI Global Net International AG, den ersten virtuellen Laden im Blisterpack herauszubringen, bei dem ein Platz in einer sogenannten E-Mall, einem virtuellen Großkaufhaus, gleich dabei ist. Die in vier Versionen im Fachhandel und bei den großen Elektronikketten erhältliche E-Commerce-Software EasyOnline spart Zeit und Kosten und läßt sich ohne Programmierkenntnisse einsetzen. Unternehmen, die mit dem Computer wenig zu tun haben möchten, können sich von GNI auch maßgeschneiderte Komplett- oder Teillösungen erstellen lassen und auch die Wartung ihres E-Shops outsourcen. Ein Standort in einem der größten virtuellen Einkaufsparadiese Europas mit über 1400 Web-Läden, für den in den ersten sechs Monaten nicht einmal Mietkosten anfallen, kommt beinahe einer Absatzgarantie gleich.

Aus einer ähnlichen Erkenntnis heraus eröffnete das Gmundner E-Commerce Unternehmen EffTrade seine ersten sechs Business-to-Business-Marktplätze für Klein- und Mittelbetriebe im Internet. Die virtuellen Handelsplätze betreffen die Themengebiete „Autovermietung", „Büroausstattung", „Personalwesen", „Werbung/Marketing", „Telekommunikation" und „Computer Systeme". Kunden von EffTrade müssen sich erst auf einer Homepage registrieren und erhalten dann einen Standplatz, wo sie entweder als Käufer oder Verkäufer auftreten können. Die Jahresstandgebühr richtet sich nach der Umsatzgröße des Unternehmens, ein bis drei Prozent des Transaktionsvolumens behält außerdem der „Vermieter" als Provision ein."Wir wollen der größte Marktplatzanbieter in Österreich werden", zeigt sich EffTrade-Geschäftsführer Herbert Bauer optimistisch und plant noch weitere Branchen-Marktplätze. Bis Ende 2000 will man an die 1.000 Bieter und Käufer auf den Plattformen zusammenbringen und bei 10.000 Geschäftsfällen ein Transaktionsvolumen von 10 Mio Schilling erreichen. Die Marktplatzsoftware wird vom EffTRade-Team selbst entwikkelt und steht ebenfalls zum Verkauf an Interessierte bereit.

„Per Mausklick ins Internet" bringt der im Sommer 2000 gestartete E-Commerce Service Provider Earn-E seine User, für die er standardisierte E-Business-Produkte bietet. Am Earn-E Portal www.earningbydoing.com können Kunden einfach rund um die Uhr ihren eigenen Internet-Shop anlegen. Das modular aufgebaute Shop-Konzept für Unternehmen aller Größen und Branchen umfasst Angebote wie Einsteiger und Kompaktshops, die 30 Tage lang kostenlos getestet werden können, bis hin zu ergänzenden Consulting-Dienstleistungen. Ein E-Commerce-Guide bietet mit umfassender Hintergrundinformation Einsteigern Hilfe bei der Auswahl des geeigneten Angebots. Bei Earn-E haben die User aber auch die Möglichkeit, Funktionen und Dienste der Internettechnologie zu mieten, ohne Hardware, Software und personelle Ressourcen mit hohem Kapitaleinsatz selbst aufzubauen. Die professionelle Infrastruktur und das Experten-Know-how zum Betrieb des elektronischen Geschäfts stellt Earn-E zur Verfügung.

Ein Einsteiger-Internetshop ist bereits ab 535,-/Monat zu haben. Neben dieser monatlichen Miete fallen für den Shop-Betreiber zusätzlich nur einmalige Setup-Kosten von höchstens 1300,-Schilling an. Speziell an Klein- und Mittelbetriebe wenden sich die beiden E-Business-Angebote (Standard-Komplettlösungen „eShops out of the box") der UTA, während die maßgeschneiderten Individuallösungen besonders für Großkunden ausgelegt sind.

Das UTA-Angebot umspannt neben der eShop-Software auch die Schlüsselelemente für erfolgreiches E-Business, Logistik und Payment. Durch die Anbindung der E-Shops an das Warenwirtschaftssystem profitiert der Kunde von der Automatisierung der Geschäftsabläufe und kann sich auf sein Kerngeschäft konzentrieren.

Das leidige Zahlungsproblem bei Einkaufstouren mit der Maus will der Internetprovider World Online mit einem System, das im Internet den Einkauf mit Wertkarten ermöglicht, lösen.

„Jalda" wird zuerst in Großbritannien auf den Markt kommen und besteht aus Karten zu fünf, zehn und zwanzig Pfund (rund 100, 200 und 400 Schilling), die skeptischen Konsumenten die Angst vor dem Online-Einkauf nehmen und den Online-Handel beleben sollen. Entwickelt wurde Jalda von der schwedischen Firma EHPT, einem Gemeinschaftsprojekt von Ericsson und Hewlett Packard. ❑

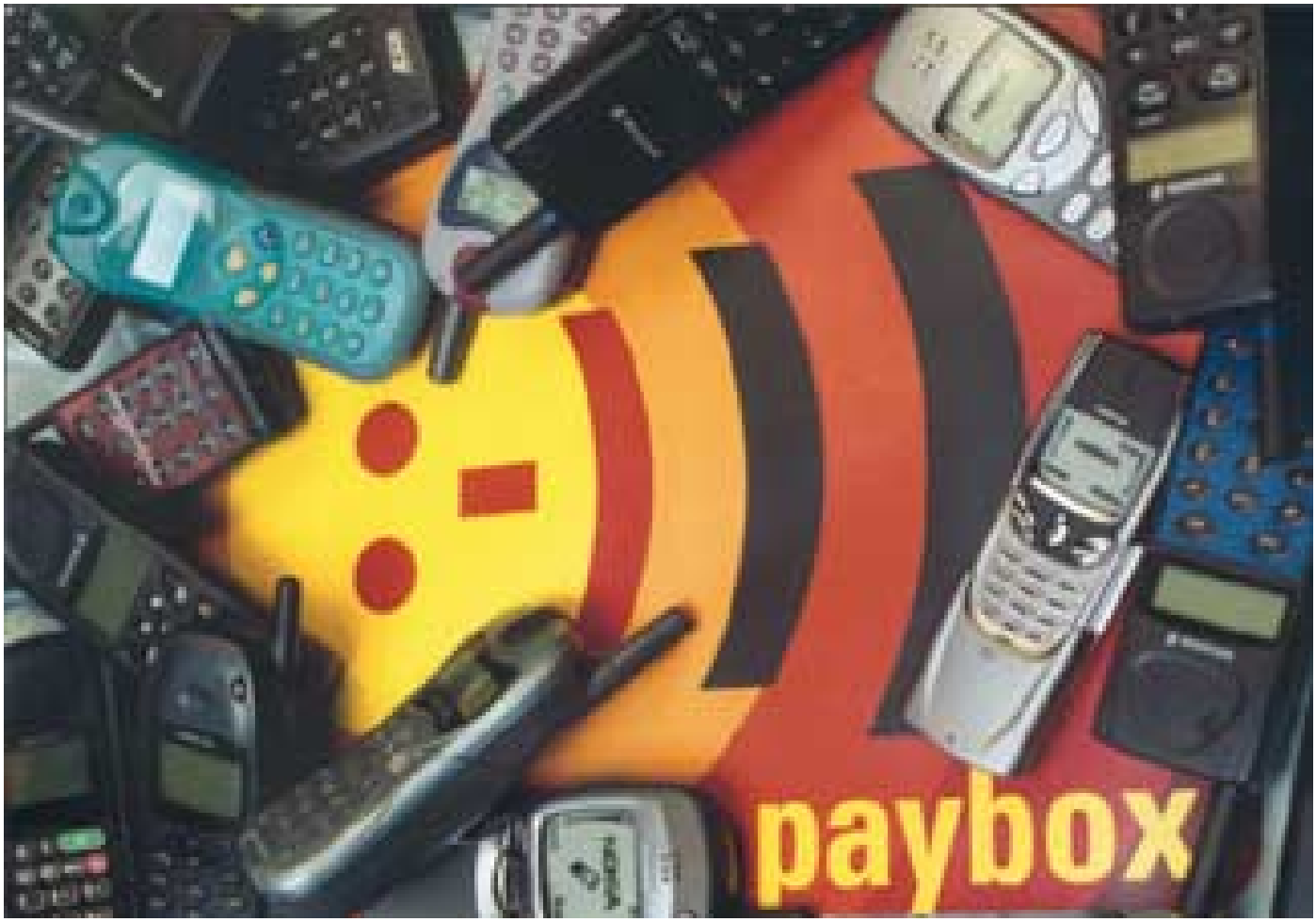
Links zu den genannten Unternehmen

Broadvision	http://www.broadvision.com
Cubit IT Solutions	http://www.cubit.at
Earn-E	http://www.earningbydoing.com
Efftrade	http://www.efftrade.at
GNI Global Net International AG	http://www.gni-global.net
J.D. Edwards	http://www.jdedwards.de
SAP	http://www.sap.at
UTA	http://www.uta.at

Große Erträge - große Risken

Die New Economy verspricht große Erträge, bringt aber auch große Risken. Traditionsreiche Unternehmen oder Gründerunternehmen, die einen Web-Auftritt planen, müssen aus der Erfahrung der Web-Pioniere lernen und tun gut daran, die von der Gartner Group aufgestellten 10 Gebote zu befolgen:

- 1. Planen Sie nie weiter voraus als 24 Monate
- 2. Versuchen Sie nie, Ihre E-Business Strategie unabhängig von Ihrer vollen Geschäftsstrategie zu entwickeln
- 3. Verfolgen Sie getrennte Strategien je nach Branche, Geographie und Kultur
- 4. Während der Analyse haben interne Prozesse denselben Stellenwert wie externe
- 5. Ihr Web-Auftritt muß auch Ihre gesamten Einkäufe abdecken
- 6. Nutzen Sie Alternativen für Einkäufe, Spinn Offs oder übertragenen Business Modellen
- 7. Beachten Sie die „neuen" Regeln und spielen Sie mit
- 8. Erweitern oder zerstören Sie Vertriebskanäle je nach ihrem wahren Wert und ihrer Potenz
- 9. Richten Sie ein Meßprogramm ein, das die echte Effektivität der E-Business-Initiative mißt
- 10. Schnelligkeit und prompte Erledigung bedeuten alles.



Trends bei Shop-Systemen

Das Handy lässt die Kasse klingeln

Allen Skeptikern zum Trotz: der E-Commerce wächst weiter. Neben den Dotcoms à la Amazon wollen vermehrt auch traditionelle Unternehmen im Web Umsatz machen. Die Hersteller von Shop-Software setzen deshalb nicht nur auf neue Funktionen wie Zahlung per Handy, sondern vor allem auf die Backend-Integration.

Uwe Kuell

Der elektronische Handel ist längst unübersehbar Realität: Sportartikel, Handyzubehör, Haustierbedarf und Mode wandern ebenso in den virtuellen Warenkorb wie CDs, Bücher und Software - und bringen handfeste Umsätze.

Um die Verbraucher ins Netz zu holen, scheuen die Händler auch die teure Fernsehwerbung nicht länger. Dabei ist das Geschäft mit dem Endverbraucher bekanntermaßen nur die Spitze des Eisbergs: Weit größere Umsatzvolumina als im Business-to-Consumer (B2C) werden schon heute im Business-to-Business (B2B) gemacht, und daran wird sich absehbarer Zeit auch nichts ändern.

Kundenfreundliche Gestaltung

Über Erfolg oder Misserfolg eines Internet-Geschäfts entscheidet eine Vielzahl von Faktoren. Einige dieser Faktoren lassen sich durch die Auswahl des richtigen Shop-Systems maßgeblich beeinflussen. Denn die Häufigkeit, mit der ein Kunde kauft, hängt nicht nur von Produktqualität und Preis ab, sondern vor allem auch davon, wie er sich bedient fühlt. Und dafür ist eine kundenfreundliche Gestaltung des Shops - nicht nur im Sinne des Designs - notwendig.

Das beginnt damit, dass der Kunde rasch findet, was er sucht, geht weiter damit, dass er jederzeit einen Überblick über die bereits gekauften Waren hat und endet damit, dass er selber bestimmen kann, wie er zahlen möchte. Dazu gehört aber auch, dass er über die Lieferzeiten der gewählten Produkte informiert wird und Alternativen aufgezeigt bekommt, wenn eine gesuchte Ware vergriffen ist. Je nachdem wie groß das Angebot eines Händlers ist und wie erklärungsbedürftig seine Produkte sind, werden also recht unterschiedliche Anforderungen an die Technik des eingesetzten Shop-Systems gestellt. Entsprechend groß ist das Angebot. Die nebenstehende Tabelle kann daher nur erste

Anhaltspunkte für eine Orientierung im Markt geben. Ohnehin sind die Produktdaten nicht allein entscheidend für ihre Beurteilung. Mindestens ebenso wichtig sind die Strategien der Anbieter, ihre Pläne für den europäischen und insbesondere den österreichischen Markt sowie die Service- und Support-Qualität.

Kurz gesagt: Welche Zielgruppen adressieren die Anbieter, und wie gehen sie auf deren Bedürfnisse ein? Von den Antworten auf derartige Fragen wird abhängen, welche Anbieter sich im Markt durchsetzen werden. Gute Aussichten haben dabei die Anbieter von Standardlösungen, wenn man der International Data Corporation (IDC) glauben darf, die davon ausgeht, dass zwar im Moment noch etwa 80 bis 90 Prozent der Shops im Web Eigenentwicklungen sind, dass sich dieser Anteil jedoch bis zum Jahr 2002 auf etwa 40 Prozent reduzieren wird.

Die Gründe sind offensichtlich: „Eine reine Projektlösung ist in der Regel sehr teuer für die Unternehmen, vor allem in den Folgekosten, und gefährdet zudem einen schnellen 'time to market'!", erläutert Jörn Wachsmann-Wurr, Marketing Chef für Deutschland, Österreich und Schweiz. Andererseits, fährt er fort, „werden Standardlösungen „out of the box" den Anforderungen, die mittlere bis große Unternehmen an komplexe E-Commerce-Lösungen haben, in der Regel nicht gerecht. Eine offene, funktionsreiche und skalierbare Applikation, die auf gängigen und aktuellen Standards wie etwa Java, XML, ICE und EJB basiert, sollte die Basis für E-Commerce-Implementierungen sein. Im Rahmen eines Projektes wird diese Standardsoftware dann den spezifischen Anforderungen angepasst." Dieses Vorgehen, so Wachsmann-Wurr, sichere eine schnelle Einsatzbereitschaft, ein hohes Maß an Integration in bestehende Systeme und eine zukunftssichere Skalierbarkeit.

Shop per WAP

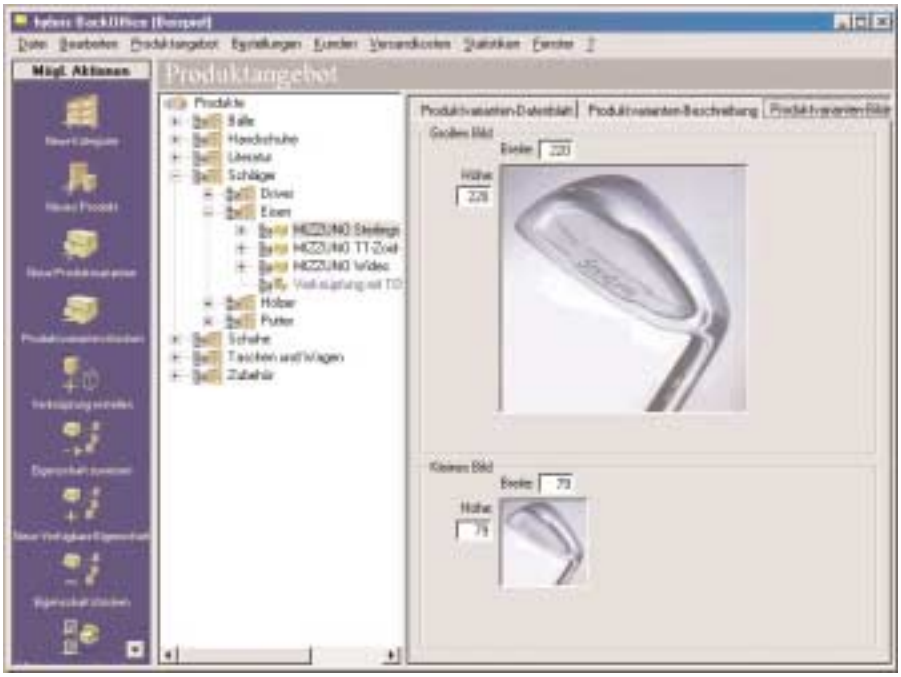
Intershop, seit Jahren einer der Großen in der Branche, setzt auch bei der Zielgruppen-

INSERAT DATA SYSTEMS

orientierung klare Zeichen: Die neueste Entwicklung, Intershop Enfinity, wendet sich vor allem an Großunternehmen. Mit der XML- und Java-basierten Anwendung setzen die Jenaer aber auch Standards für Shop-Software allgemein. Denn auch im Mittelstand erwartet man von einer zukunftsfähigen E-Commerce-Plattform

- Unabhängigkeit von bestehender Hard- und Software,
- flexible Integration in bestehende Business-Prozesse,
- Zugang zu Handelsplattformen im Internet wie CommerceOne's MarketSite.net oder mySap.com,
- Skalierbarkeit des Systems.

Darüber hinaus ermöglicht Enfinitiy durch die Unterstützung von WAP (Wireless Access Protocol) das Online-Shopping per Mobiltelefon. Und via Paybox kann der Kunde seine Einkäufe seit einiger Zeit auch per Handy bezahlen *(Funktionsweise siehe Kasten)*, eine Funktion, die auch einige der Konkurrenten bereits anbieten. Derzeit ist man bei Intershop stark auf die Integration von Content-Management-Funktionalität fokussiert und legt nach wie vor großen Wert auf die ERP-Anbindung des Systems.



Shop-Einrichtung mit Hybris

Einkaufen auf virtuellen - Kontinenten

Die Bedeutung der Integration des Shop-Systems in die Unternehmens-DV unterstreicht Thomas Egner, Vorstandsvorsitzender der Openshop Holding AG: „Die größtmögliche Integration bestehender Warenwirtschafts- und Datenbanksysteme in E-Business-Anwendungen wird zum entscheidenden Erfolgsfaktor für Unternehmen, die online verkaufen wollen." Das gilt auch und gerade für den Mittelstand, die Hauptzielgruppe von Openshop, die man auch auf dem österreichischen Markt anvisiert. Integration ist für den Openshop-Chef aber auch in ganz anderer Hinsicht wichtig für die Zukunft des E-Commerce: „Ab dem Jahr 2001", meint er, „ist ein starker Trend zu vernetzten Shopping-Systemen zu erwarten. Shop-Betreiber werden ihr Angebot in einer Meta-Mall anmelden können, aus der heraus dann die Recherche und Bestellung über viele, auch unterschiedliche Online-Shops möglich ist. Damit entsteht eine Art virtueller Kontinent, in dem virtueller Verkauf mit Cross-Selling-, Call-Center- und Unterhaltungsangeboten möglich ist. Es gilt nicht nur, den Kunden in den Online-Shop zu locken, sondern ihn auch darin zu halten und dafür zu sorgen, dass er immer wieder kommt. Ordertainment, wie wir es nennen, also die Verbindung von Online-Ordering und interaktivem Entertainment, ist da nur ein Stichwort. Hierzu zählen beispielsweise eigene Auktionen, eigene Chat-Bereiche, Gästebücher oder Diskussionsforen."

Abgesehen von dieser Vision konzentriert sich Openshop jedoch zunächst auf das B2B-Geschäft. Dementsprechend ist das Produkt Openshop Business als eine modulare Softwarearchitektur konzipiert, die die Entwicklung von E-Commerce-Anwendungen bis hin zu kompletten Supply Chains ermöglichen soll.

Wachstumsmarkt Österreich

Zu Unternehmen, deren Fokus bislang auf Lösungen für das B2C-Geschäft lag, gehört Hybris. In der neuesten Produktentwicklung deren Ergebnisse ab Herbst 2000 auf den Markt kommen sollen, konzentriert man sich jedoch auch hier stärker auf den B2B-Bereich.

Kein Wunder, wenn man bedenkt, dass sowohl die Infrastruktur als auch die Bereitschaft für die elektronische Abwicklung von Geschäftsvorfällen bei Unternehmenskunden in deutlich höherem Maße vorhanden ist als beim Endverbraucher. Hybris hat sich mit ihrer in zahlreichen Varianten erhältlichen E-Commerce-Lösung speziell auf die Bedürfnisse der kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) eingestellt. Ziel dabei: Eine kostengünstige, rasch implementierbare Lösung schaffen, die über Standardschnittstellen an die Unternehmens ERP-Lösung angebunden werden kann und die technologischen Voraussetzungen für bedarfsgerechte Skalierbarkeit mitbringt.

Gerade am österreichischen Markt, in dem die KMU eine wichtige Rolle spielen, sieht Hybris gute Chancen für ihre im deutschsprachigen Raum bereits 800 mal installierten Produkte. Eine eigene Niederlassung in Wien ist denn auch in Planung.

Konkurrent Beans war, was das betrifft, einen Schritt schneller: Das Unternehmen mit der Kaffeebohne im Logo ist bereits mit einer Niederlassung in Österreich vertreten. Die Hersteller der Java-basierten Lösung Cappuccino messen dem österreichischen Markt eine hohe strategische Bedeutung zu und stützen sich dabei unter anderem auf Untersuchungen von Forrester Research, wonach der Gesamtumsatz im Online-Handel von heuer knapp 200 Millionen Euro auf mehr als dreieinhalb Milliarden Euro im Jahr 2005 anwachsen soll.

Ähnlich wie die Konkurrenten sieht man auch bei Beans in Standardlösungen das richtige Mittel für den E-Commerce-Einstieg - am einfachsten über Hosting. Das Unternehmen bietet deshalb Mietlösungen bereits ab etwa 250 Euro an und hat auf diese Weise nach eigenen Angaben bereits 25.000 Installationen in Europa an den Mann oder die Frau gebracht.

E-Commerce-Einsteigern empfiehlt Martin Fischer, CIO bei Beans: „Genau wie bei traditionellen Softwareprojekten kommt der Erarbeitung eines Pflichtenheftes, in dem die genaue Zielstellung definiert ist, eine hohe Bedeutung zu. Des weiteren sollte der Kunde darauf achten, dass er mit der Lösung wachsen kann, wenn dies erforderlich werden sollte. Ferner sollte das Unternehmen prüfen, welchen Einfluss das E-Commerce-Projekt auf die gegenwärtige Markt- und Ver-

triebsstrategie hat - Stichwort: Channelkonflikt." Auf die Skalierbarkeit ihrer Lösungen setzt auch die Internolix AG. Sie bietet ihre für den Betrieb auf allen gängigen Betriebssystemen, Web-Servern und mit SQL-Datenbanken verschiedener Hersteller kon-

Jörn Wachsmann-Wurr, Marketing Director Intershop: „Standardlösungen müssen immer angepasst werden"- (Foto: Jörn Wachsmann-Wurr, Intershop)

zipierte Shop-Software deshalb im Baukasten-System an. Die Anbindung an Warenwirtschaftssysteme von Clarfeld Software und Sage KHK sowie die Integration von Internolix-Lösungen mit SAP R/3-Systemen sollen für die nahtlose Einbindung der Shop-Systeme in die Geschäftsprozesse sorgen.

Breites Angebot

Spezialanbieter wie die bereits genannten sind jedoch keineswegs die einzigen, die Internet-Kaufleute mit der nötigen Infrastruktur ausrüsten. Spätestens seit Hersteller wie Intershop ihre Kunden mit immer mehr Funktionalität rund um den eigentlichen Shop versorgen, sehen die traditionellen Anbieter von Unternehmens-Software aus dem ERP- und Datenbank-Bereich ihre Marktanteile schwinden und setzen ihrerseits auf

Thomas Egner, Vorstandsvorsitzender Openshop: „Trend zur Meta-Mall" (Foto: Thomas Egner, Openshop)

Ergänzung ihrer Produktpalette in Richtung E-Commerce. In der Öffentlichkeit wird dabei vor allem der Kampf um Großprojekte für internationale Branchenmarktplätze wahrgenommen.

Daneben bieten SAP und Co. jedoch inzwischen auch Softwarelösungen wie „SAP Online Store", „Baan E-Sales", oder „Oracle iStore 11i". Letzterer stellt die neueste Version einer Standardlösung dar, deren Vorläufer nach Unternehmensangaben durchschnittlich innerhalb von etwa 45 Tagen implementiert wurde. Als Referenzkunden kann man beispielsweise Bertelsmann Online aufweisen. Angesichts der „Alles-aus-einer-Hand"-Strategie von Larry Ellison verwundert es fast, dass das Programm nicht nur zu Oracles ERP-Lösung, sondern auch zu SAP und anderen ERP-Lösungen Standardschnittstellen anbietet. Zielgruppe von Oracle sind in erster Linie die Unternehmen der „Old Economy", die auf dem Weg ins Internet-Geschäft vor allem daran denken müssen, den neuen Vertriebskanal auf möglichst effiziente Weise in ihre Unternehmensprozesse einzubinden - im B2B genauso wie im B2C-Bereich. Ähnliche Ansätze verfolgen derzeit neben den großen auch fast alle mittelgroßen ERP-Anbieter.

Shop-Software gratis

Und selbst das gibt's: Shop-Software zum kostenlosen Download. Wer nun jedoch meint, er könne seinen Shop zum Nulltarif eröffnen, sei gewarnt: Kostenlos ist nur die Software selbst, ohne Service- und Support-Leistungen. Das Angebot kommt von der Münchner Firma FJD und gilt in dieser Form voraussichtlich bis Ende des Jahres 2000.

Mit der Software erstellte Lösungen können jedoch auch darüber hinaus ohne Lizenzkosten betrieben werden. Interessenten können die Software ProCIS, die alle grundlegenden Funktionen beinhaltet und individuelle Shop-Gestaltung ermöglicht, von der Homepage fjd.de kostenlos herunterladen.

Martin Fischer, CIO Beans: „Vorsicht vor Channelkonflikt" (Foto: Martin Fischer, Beans)

Fazit

Der Trend zur Standardsoftware im E-Commerce nimmt zu.

Die Funktionsbandbreite der marktgängigen Lösungen wächst ebenso wie die Zahl der Angebote. Die Anpassung der Lösungen auf die Bedürfnisse der Shop-Betreiber erfordert jedoch zumeist Projektarbeit, die gut vorbereitet sein will.

Nicht die neuesten technologischen Raffinessen machen den Erfolg eines Shops, sondern seine effiziente Einbindung in die Geschäftsprozesse des Unternehmens. Denn nur eine sichere und zuverlässige Lösung ist auch auf Dauer eine kundenfreundliche Lösung. Und davon hängt alles ab. ❑

So funktioniert's: Zahlen im Online-Shop per Mobilfunk

- An der Kasse des Online-Shops wählt der Kunde als Zahlungsoption „Paybox" aus und gibt seine Mobiltelefon-Nummer ein.
- Der Händler schickt die Transaktion über eine sichere Datenverbindung an Paybox. Paybox ruft den Kunden sofort unter der angegebenen Nummer zurück und nennt ihm Zahlungsempfänger und zu zahlenden Betrag.
- Der Kunde gibt die Transaktion durch Eingabe seiner Paybox-PIN frei.
- Abhängig von seinen Lieferfristen bestimmt der Händler, wann das Geld per Lastschrift vom Konto des Kunden eingezogen und an den Internet-Händler weitergeleitet wird.

Für den Einkäufer entstehen keine Transaktionskosten. Lediglich die Freischaltung der Paybox schlägt mit jährlich fünf Euro zu Buche. Wie bei Kreditkarten fällt allerdings für den Händler pro Transaktion eine prozentuale Gebühr an (Disagio). Der Nutzen des Systems soll vor allem im Sicherheitsbereich liegen: Bei einer Insolvenz des Kunden übernimmt die Paybox.net AG die Forderung, der Händler erhält sein Geld auf jeden Fall. Darüber hinaus eröffnet das System nach Ansicht des Unternehmens, an dem die Deutsche Bank zu fünfzig Prozent beteiligt ist, ein zusätzliches Marktpotenzial: Paybox, so die Argumentation, beseitige Sicherheitsbedenken, die beim Bezahlen per Kreditkarte bislang zahlreiche potenzielle Kunden vom „letzten Klick" zurückhielten. So sollen „Websurfer" künftig die Online-Kassen klingeln lassen.

Komponentenbasierte Entwicklung von Web-Shops

Damit Ihr Web-Shop von Anfang an auf guten Beinen steht, sollten Sie ihm eine solide technologische Basis verschaffen. So können Sie bestimmte Fehlerquellen von vornherein ausschließen.

Rainer von Ammon

Noch vor wenigen Monaten ergaben unabhängige Tests deutscher Web-Shops ein ziemlich düsteres Bild: In der erhobenen Mängelliste wurden Punkte genannt wie zu langsamer Seitenaufbau, unakzeptable Antwortzeiten, unzuverlässige Verarbeitung und Speicherung von Kundeneingaben, unsichere Transaktionen, schlechtes Content-Management, keine Personalisierung des Shop-Angebots.

Schuld daran sind vor allem auch Mängel und Beschränkungen der zugrunde liegenden Entwicklungsumgebungen beziehungsweise E-Commerce-Systeme, mit denen diese Shops entwickelt wurden. Vor diesem Hintergrund beschreibt der Artikel, wie heute mit vorgefertigten, leicht anpassbaren Komponenten auf der Basis eines leistungsfähigen Web Application Server selbst sehr große Shops in kurzer Zeit mit hoher Qualität aufgebaut werden können.

Entwicklungsumgebungen

E-Commerce-Shops werden heute in der Regel nicht aufwendig direkt mit einer Programmiersprache wie C++ oder Java geschrieben. Allerdings gibt es durchaus Beispiele für einfache Shops auf Basis von CGI-Skripts mit Programmiersprachen wie Perl. In den meisten Fällen werden Shops jedoch heute mit speziellen E-Commerce-Systemen entwickelt.

Diese Systeme unterscheiden sich in ihrem zugrundeliegenden Ansatz, in ihrer Leistungsfähigkeit, ihrem Einsatzzweck für kleinere oder sehr große Shops und in ihrem Preis erheblich voneinander. Ziel dieser Systeme ist es durchweg, die „time-to-market“ erheblich zu verkürzen. Ein E-Commerce-Shop kann nicht in monate- oder sogar jahrelanger Entwicklungsarbeit für den Internet-Markt programmiert werden.

E-Commerce-Systeme bieten deshalb vorgefertigte Schablonen für die Web-Präsentation, für das Navigations-Modell, für den Datenbank-Aufbau, für die Kunden- und Lieferantenverwaltung an und vieles mehr. Ein Warenkorb ist bereits beinhaltet, Auftragsbestätigung per E-Mail und Rechnungsschreibung ebenso, gegebenenfalls gibt es

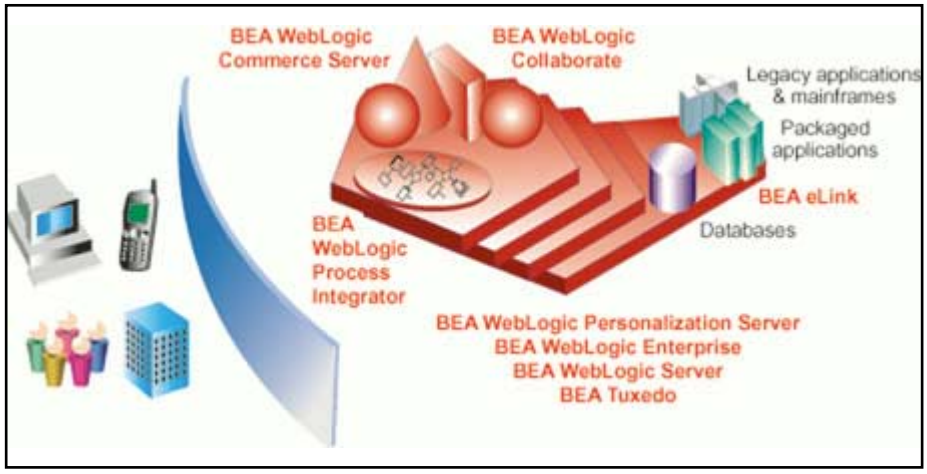
auch Schnittstellen zu Warenwirtschaftssystemen, Telekommunikation und weiteren Systemen. In diesen Fällen spricht man dann nicht mehr von E-Commerce, wo das Verkaufen im Vordergrund steht (Business to Consumer), sondern von E-Business, das den gesamten Geschäftsbereich abdeckt (Business to Business).

Mängelursachen

Die in den Tests (zum Beispiel von der Prüfstelle für IT-Ergonomie der Essener TÜV Informationstechnik GmbH) von E-Commerce-Shops gerügten Mängel haben ihre Ursache häufig in diesen zugrundeliegenden Entwicklungsumgebungen:

- Langsamer Seitenaufbau und unakzeptable Reaktionszeiten können etwa durch CGI-Skripts bedingt sein. Oder die E-Commerce-Applikation verfügt über keine Lastverteilungs-Möglichkeiten und kann bei mehreren gleichzeitigen Benutzern/Kunden nicht (ausreichend) skalieren.
- Viel zu viele Mausklicks beziehungsweise zu tief verschachtelte, hierarchisch organisierte Dialoge liegen an dem vorgegebenen Navigationsmodell. Hierarchische Darstellung des Angebots ist für kleine Shops mit wenigen Artikeln geeignet, führt aber bei der Darstellung einer großen Artikelanzahl zu einem viel zu umständlichen Dialog. Statt langweiliger Listen werden flexible Präsentationsmöglichkeiten des Angebots benötigt.

- In diesen Zusammenhang gehört auch die „Personalisierung" des Shop-Angebots. Der Shop muß sich die Einkaufsgewohnheiten und Interessen eines Kunden in sogenannten „Profilen" merken. Beim nächsten Besuch des Kunden wird die Web-Präsentation dann speziell für ihn individuell aufgebaut, indem ihm seine bevorzugten Waren (-Gruppen) zuerst angeboten werden oder auf diesbezügliche Sonderangebote oder verwandte Produkte speziell für ihn zum Beispiel über Banners hingewiesen wird. Kein Shop zeigte bei den Tests die Anwendung solcher fortgeschrittenen Personalisierungsverfahren, da die Entwicklungsaufwände und die ständig notwendige Wartung mit den bisherigen Entwicklungsumgebungen viel zu groß wären.



- Bei den Tests festgestellte Phänomene, dass plötzlich Einträge aus Warenkörben verschwinden, zeigen, daß die „*session*" mit dem Kunden nicht gesichert wird und die zugrundeliegende *Middleware* keine geeigneten Verfahren für das *Statusmanagement* von Web-Objekten, das heißt zum Beispiel für die sichere Verwaltung des Inhalts eines Einkaufskorbs, zur Verfügung stellt.
- Daß die E-Commerce-Shops häufig keine Lieferzeiten, Versandkosten, Staffelpreise und ähnliches mitteilen konnten, ist ein Hinweis, dass die Shops nicht mit bestehenden Systemen, zum Beispiel Warenwirtschaftssystemen, *Transaktionen* abwickeln können. Die Anbindung von solchen sogenannten „Legacy-Systemen" (bestehende Altanwendungen) oder weiteren Datenbanken stellten bisher hohe Anforderungen an eine leistungstarke Middleware oder erzeugten einen hohen und langwierigen manuellen Entwicklungsaufwand.

Komponentenbasierte Entwicklung von E-Business-Anwendungen in wenigen Wochen

Da ein Anbieter mit seinem Angebot schnell auf den (Internet-) Markt kommen muss, müssen selbst große Shops möglichst in wenigen Wochen entwickelt werden können. Der schnellste und zuverlässigste Weg, skalierbare E-Business-Anwendungen zu bauen, basiert heute auf vorgefertigten und ausgetesteten Geschäftsfunktionen, die als Komponenten implementiert sind.

Eine Komponente ist dabei ein Software-Baustein, der einen bestimmten Dienst (oder auch mehrere) zur Verfügung stellt und in einer beliebigen Programmiersprache implementiert sein kann. Mit den Komponenten-Modellen der Enterprise Java Beans (EJB's) von Sun, den CORBA-Components, deren Spezifikation von der OMG (Object Management Group) freigegeben wurde, oder dem Distributed Component Model (DCOM) von Microsoft können solche wiederverwendbaren Komponenten heute entwickelt werden.

Diese Komponenten-Modelle regeln unter anderem, wie Methoden auf der Schnittstelle einer Komponente von einem Client oder einem Server aufgerufen werden. Solche sogenannten entfernten Methodenaufrufe über Prozess- und Rechnergrenzen hinweg erfolgen auf der Basis von Object Request Brokers (ORB's), die einen Methodenaufruf mit seinen Argumenten für einen Server beziehungsweise eine Komponente geeignet aufbereiten und übersetzen (marshalling/unmarshalling).

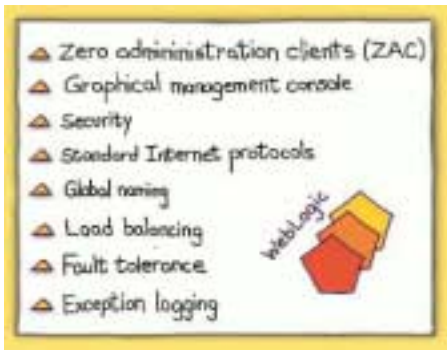
Allerdings gibt es derzeit noch Schwierigkeiten in der Kommunikation mit Komponenten beziehungsweise ORB's aus den verschiedenen „Welten", also zum Beispiel zwischen Microsoft DCOM- und CORBA- oder EJB-Komponenten, so dass sich der Anwendungsentwickler bisher noch für eine Welt entscheiden mußte. Inzwischen gibt es aber schon multicomponent-fähige und multilinguale Application Server, die zumindest CORBA (und nach Freigabe der Spezifikation der CORBA-Components) CORBA-Komponenten, C++- und Java-Server sowie EJB's unterstützen (zum Beispiel BEA's Weblogic Enterprise).

Die Anbieter von Componentware gehen davon aus, daß 50 % bis 70 % aller Geschäftsfunktionen allgemein als Komponenten vorgefertigt zur Verfügung gestellt werden können. Der Rest muß anwendungsspezifisch entwickelt werden und stellt dann den eigentlichen Wettbewerbsvorteil dar. Ein Beispiel für eine solche Entwicklungsumgebung ist BEA's Familie von EJB-Komponenten für E-Business, die Bestandteil des Weblogic Commerce Server sind, oder die E-Business Suite als konfigurierbare Komponenten des

Stuttgarter Unternehmens abaXX Technology GmbH (www.abaXX.com).

Bei Einsatz von BEA's Weblogic Commerce Server oder vergleichbarer Komponenten-Suites müssen Entwickler die EJB-Komplexität nicht von Grund auf neu bewältigen. Komponenten mit vorgefertigter Geschäftslogik können sehr schnell spezifisch angepaßt und um neue Komponenten erweitert werden. Dafür stehen spezielle „Customization Tools" zur Verfügung, die in führende Modellierungs-Werkzeuge (wie Rational Rose) und in Java IDE's (Integrierte Development Environments) eingebettet sind, zum Beispiel in das neue WebGain-Studio der Firma WebGain.

Um eine Komponente anzupassen oder zu erweitern, muß der Entwickler lediglich die gewünschte Komponente aus einem Repository auswählen und deren Objekt-Modell modifizieren, der Code, die Objekt-Definitionen, Objektbeziehungen und alle erforderlichen EJB-Dateien werden dann automatisch generiert. Die Komponenten des Commerce Server interagieren untereinander, wobei dem Industrie-Standard entsprechende Design Patterns verwendet werden, die einen großen Umfang von Geschäftsvorgängen abdecken. Neben diesem eher fein granularen Customizing-Ansatz wird in der neuesten Version auch gröberes Customizing-Verfahren angeboten, das die Komplexität der Komponenten und der zugehörigen OOAD-Modelle verdeckt. Damit sollen Shops und eBusiness-Anwendungen noch einfacher und schneller aufgebaut werden können, ohne daß der Entwickler tiefschürfende OO- und UML-Kenntnisse haben muss.



Personalisierung

Außerdem unterstützt der Weblogic Application Server von BEA, der die Business-Komponenten mit seiner Middleware-Infrastruktur verwaltet, die „Personalisierung" des Shops. Der Shop merkt sich die Einkaufsgewohnheiten und Interessen eines Kunden, indem er automatisch „Profile" erstellt und ständig aktualisiert. Beim nächsten Besuch des Kunden wird die Web-Präsentation individuell aufgebaut, indem ihm seine bevorzugten Waren (-Gruppen) zuerst angeboten werden oder auf diesbezügliche Sonderangebote oder verwandte Produkte speziell für ihn zum Beispiel über Banners hingewiesen wird.

Diese Personalisierung geschieht ohne jede „harte" Programmierung, sondern wird mit Hilfe von „Rules", also rein logisch durch eine Regelsprache erstellt. Damit generiert sich die Web-Präsentation für jeden Kundenbesuch ganz individuell je nach seinen Interessen, es gibt keine umständliche, rein hierarchische Anordnung des Warenangebots und der Anbieter verfügt über eine hervorragende Möglichkeit, sein Angebot *umsatzfördernd* darzustellen. Damit geht ein solcher Internet-Laden über die Möglichkeiten eines üblichen „realen" Einkaufsladens hinaus, da das Warenangebot *dynamisch* je nach Kundeninteresse angeboten wird.

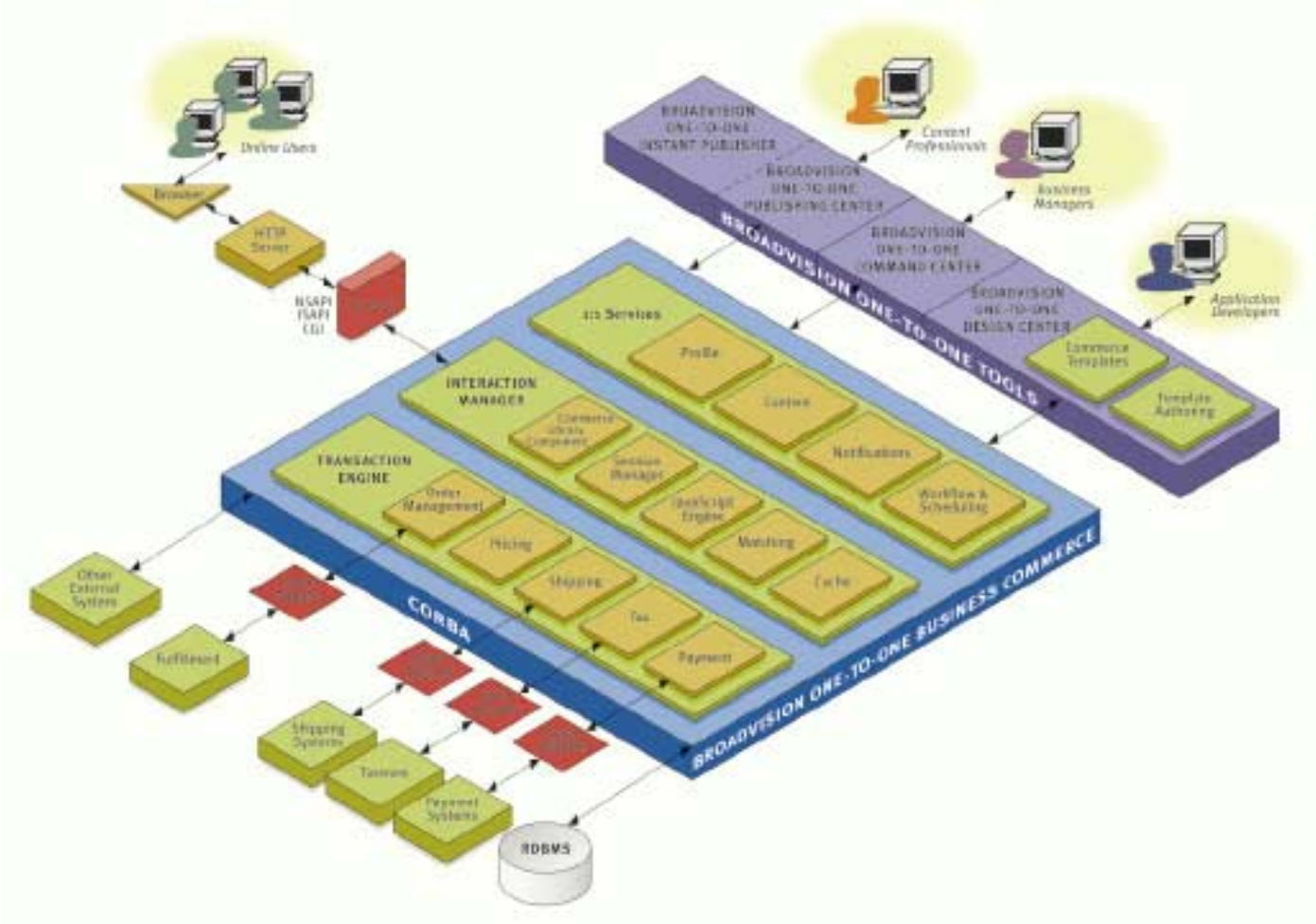
Große Anwendungen wie der virtuelle Buchladen Amazon, Börsenbroker wie eTrade oder Charles Schwab, Reiseagenturen wie TRIP.com, British Airways, United Airlines, France Telekom, Swedish Post etc. setzen heute sehr komplexe Architekturen ein, die sich erfolgreich bewähren. Vorgefertigte, konfigurierbare Applikations-Komponenten und EAI-Komponenten für die Daten-, Applikations- und Business Process-Integration spielen in dieser Architektur zukünftig eine zentrale Rolle. ❑

Entwicklungs-Phasen von E-Commerce-Shops

1. Phase: Erste Shops wurden bis etwa 1997 ohne grundsätzliche Internet-Commerce-Architektur entwickelt. Sie wurden anwendungsproprietär auf der Basis einer jeweils eigenen Technologie/Middleware aufgesetzt. Sie waren „von Hand" codiert, auf der Basis von HTML-Skripten, einfacher Java-Applets, CGI-Skripten und rudimentäre Datenbank-Anbindungen, ohne geeignete Skaliermöglichkeiten bei wachsender Last. Die Tests der Anwendungen erfolgten nach dem „Trial & Error"-Prinzip direkt im Browser. Die Besucher dieser Sites erlebten lange Ausfallzeiten und häufige Programm-Abstürze (bekannte Beispiele waren erste Versionen von Amazon und eTrade.)

2. Phase: In den Jahren 1997/98 begann man, Application Server als zunehmend stabile Plattform für die Verteilung (deployment) von eCommerce-Anwendungen einzusetzen. Durch die Einführung Java Integrierter Development Environments (IDE's) wurde die Anwendungsentwicklung inzwischen erheblich unterstützt und auch die Testmöglichkeiten stark verbessert. Die Anwendungsprogramme blieben aber weiterhin „handgestrickt" und anwendungsproprietär. Es wurde immer wichtiger, „Legacy"-Systeme (bestehende wichtige Altwendungen (zum Beispiel Warenwirtschaftssysteme)) an die eCommerce-Shops anzuschließen. Diese Anwendungsintegration (Enterprise Application Integration (EAI)) geschah jedoch mit großem Aufwand und wurde kundenspezifisch individuell entwickelt. Solche „hart" codierten point-to-point-Lösungen erwiesen sich in der Regel als „Flaschenhälse", konnten nicht skalieren, waren sehr fehlerträchtig und kaum wartbar.

3. Phase: Seit 1999 können eCommerce-Anwendungen durch Zusammenfügen von vorgefertigten und ausgetesteten Software-Komponenten für Standard-eCommerce-Funktionen schnell und zuverlässig entwickelt werden. Für das Zusammenfügen und anwendungsspezifische Anpassen dieser Komponenten gibt es mittlerweile mächtige Werkzeuge. Es entsteht ein Markt für Anbieter von Componentware. Die Komponenten laufen in auf Standards basierenden Application Servern, die zuverlässige Transaktions-Verarbeitung gewährleisten, die Datenbank-Anbindung realisieren, über leistungsfähige Lastverteilungsverfahren für hochskalierende Systeme verfügen und die Ausfallsicherheit für „mission critical"-Internet-Anwendungen garantieren. Für die Integration von Altanwendungen werden ebenfalls im Sinne von Componentware vorgefertigte, konfigurierbare Adapter-Komponenten zur Verfügung gestellt, die in der Infrastruktur der Application Server ausfallsicher, performant und skalierbar laufen. Erste Shops wurden auf dieser Basis bereits 1999 in wenigen Wochen entwickelt und werden seither stabil auf den Internet-Markt eingesetzt (zum Beispiel www.TicketsUnited.com u.a.)



Personalisiertes E-Business:

„One-to-one Marketing“ optimiert die Kundenbeziehung

Um die ständig wachsende Kundschaft gut zu organisieren und - was noch viel wichtiger ist - diese gut zu betreuen, entscheiden sich viele Unternehmen für personalisierte E-Business Lösungen. Kein Wunder also, dass der Marktführer im Bereich one-to-one Marketing nun auch den zentraleuropäischen Raum für sich entdeckt hat. Christofer Radic sprach mit Mag. Gerald K. Lanzerits, dem BroadVision Country Manager für Österreich und Osteuropa.

Nachdem BroadVision den westlichen Markt erobert hat, starten Sie jetzt auch mit Vollgas Richtung Osteuropa. Herr Lanzerits, was unterscheidet Ihr Unternehmen von anderen Anbietern von E-Business Lösungen?
BroadVision hatte sich von Anfang an auf sogenannte Internet-Groupware-Lösungen spezialisiert. Wir hatten schon früh erkannt, dass in den immer größer werdenden Internetstrukturen, die persönliche Betreuung völlig unbeachtet blieb. Und genau hier liegt der große Unterschied zu unserem Mitbewerb. Viele Benutzer konnten mit dem großen Medium Internet wenig anfangen, da Sie keinen Partner hatten, der sie zielorientiert und sicher durch den Datendschungel führt.

Aus dieser Überlegung entstand auch unser Verkaufsschlager: Die „One-to-One“-Plattform. Diese Technologie ermöglicht den Anwendern mit Hilfe von Benutzerprofilen, die das Programm für jeden Kunden selbst erstellt, ein individuelles Web-Angebot zu präsentieren. So bietet ein Online-Shop eine speziell zugeschnittene persönliche Betreuung - ähnlich wie im Fachhandel - für jeden der virtuellen Besucher an. Eine andere Spezialanwendung auf Basis dieser Plattform ermöglicht das Optimieren des Informationsflusses innerhalb einer Firma.
Werden Sie diese Technologie auch bei Ihrer Kundenerschließung in Osteuropa anwenden, oder ist die Zeit reif für etwas Neueres?

Wir werden auf jeden Fall unserer one-to-one Technologie treu bleiben. Diese hat sich bei vielen Partnern im Laufe vieler Jahre bewährt, und wir glauben auch an einen großen Erfolg mit unserer Software in Osteuropa. Weiterhin sehen wir in Osteuropa große Wachstumschancen, da dort vor allem Telcos (Telecommunication Companies) erst seit kurzer Zeit bestehen und daher meistens die neueste Technologie und Hardware in ihrem Systemen integriert haben. Dieser Umstand ist für uns von großem Vorteil, da so auch unsere Software vollständig zum Einsatz kommen kann.

Wie können zum Beispiel diese Telcos nun konkret von Ihrer Software profitieren?
Web-Sites, die mit One-To-One entwickelt wurden, zeichnen sich durch folgende Merkmale aus:

- Die Web-Site-Besucher haben Zugang zu dynamischen Inhalten und interaktiven Interessengemeinschaften und bleiben dadurch eher und länger. Unsere Erfahrung hat gezeigt, dass dieser Punkt immer mehr an Bedeutung gewinnt, je größer das globale Netz wird.
- Es ermöglicht die Entwicklung und Pflege von Besucherprofilen, die Beobachtung und das Speichern der Interaktionen sowie den Aufbau kundenbezogener Dialoge, während der Besucher die Sicherheit seiner persönlichen Daten kontrollieren kann.
- Marketing Mitarbeiter können die Geschäftsregeln und Inhalte der Web-Sites in Echtzeit festlegen und verändern. In diesem Falle wird sehr oft unser Dynamic Command Center (DCC) eingesetzt. Mit dessen Hilfe können auch technisch wenig versierte Mitarbeiter aus den Marketing- und Fachabteilungen interaktiv Zielgruppen anhand von Nutzerprofilen definieren und somit noch bessere, zielgruppenorientierte Angebote erstellen, die den Besucher individuell ansprechen und durch interaktive Abläufe zum erneuten Besuch motivieren - ohne dafür selbst programmieren zu müssen.
- Die von uns entwickelten Web-Site-Lösungen zeichnen sich weiterhin durch dynamische und gezielte Auswahl kundengerechter Produkte, Artikel, Werbeflächen und Marketinganreize je nach Kundenprofil und damit Anregung des Besuchers zum Reagieren, zur weiteren Bewegungen und gezielten Aktionen, aus.

Und was immer mehr an Bedeutung gewinnt, die Durchführung von sicheren Finanz- und Datentransaktionen bei elektronischen Verkaufsvorgängen ist gewahrt.

Gibt es Probleme bei der Implementierung Ihrer Software in bestehende Systeme, die sich von einander doch sehr unterscheiden können?
Bis jetzt hatten wir noch nie größere Probleme bei der Einbindung unserer Software, da durch die Einhaltung der Industrienormen die Kompatibilität mit den vorhandenen Anwendungen gewährleistet ist. BroadVision hat die Orbix-Software von IONA Technologies, einem führenden Softwarelieferanten für CORBA Systeme, in den Produktcode integriert.

Mag. Gerald K. Lanzerits, BroadVision Country Manager Österreich und Osteuropa

So können Änderungen auf einfache Weise vorgenommen werden, und es müssen keine Programme neu geschrieben werden. Damit ist auch die Investition des Kunden besser abgesichert.

Wo sehen Sie mögliche Probleme und Schwierigkeiten bei den zukünftigen Kooperationen mit den Telcos?
Grundsätzlich sehen wir da keine Schwierigkeiten. Andererseits wissen wir aus der Erfahrung der letzten Jahre, dass sich viele junge Unternehmen nicht auf dem Markt behaupten können. Infolge des Internet-Booms werden zur Zeit viele neue Unternehmen auch in Osteuropa gegründet. Die neuen Telcos spekulieren am Anfang mit großen Kundenzahlen, überschätzen aber oftmals die Bereitschaft und die Offenheit der Bevölkerung gegenüber den neuen Medien. Hier können wir mit unserer Software eingreifen und dem Kunden ein einfaches und personalisiertes Webangebot bieten.

Und für die älteren Telcos, die schon seit Jahren auf dem Markt etabliert sind, bieten wir auch unternehmensinterne Lösungen an, mit denen die interne Kommunikation erleichtert und optimiert wird. Und genau hier liegt unsere Stärke: Wir können für jedes Unternehmen - nicht nur für Telekom-Unternehmen - ein massgeschneidertes Angebot entwickeln, es in deren Systeme implementieren und betreuen. Ganz nach dem Motto: One face to the customer.# ❑

Seit dem Frühjahr in Österreich

E-Business Spezialist BroadVision eröffnete im Frühjar 2000 das Wiener Büro - zugleich auch Standbein für die Osteuropa-Aktivitäten.
Auch in dieser neuen Niederlassung wird unter der Leitung Mag. Gerald K. Lanzerits die gesamte Leistungspalette von BroadVision angeboten: strategische Beratung, Design, Implementierung und Umsetzung von Lösungen für „personalisiertes E-Business".

Zielgruppe sind Unternehmen, die ein großes Informationsvolumen über das Internet abwickeln. Zu den ersten Kunden der neuen Niederlassung zählten beispielsweise Banken und Telekom-Unternehmen. Einer der ersten österreichischen Referenzkunden war die Bank Austria.

Die BroadVision-Software ermöglicht es, Inhalte einer Homepage oder eines Portals individuell auf die Anwender anzupassen. Erst dadurch ist intelligentes E-Business möglich, das auf definierten Geschäftsregeln und Nutzergewohnheiten aufbaut.

BroadVision Austria
Tel. 01/514 74 680
http://www.broadvision.com

Überall wird verkündet, dass das Internet das Geschäft belebt - aber wie sieht dies in der Praxis aus? Wie das konkret funktioniert und welche Funktionen dabei sogenannte „B2B-Portale“ übernehmen, ist Gegenstand dieses Artikels.

Adolf Hochhaltinger

Türen zum Business

Wie soll eigentlich das Internet das Geschäft eines Handwerkers, beispielsweise eines Anstreichers, eines Fliesenlegers oder eines Spenglers beleben? Schließlich lassen sich weder Farbe und Pinsel, noch Kacheln oder Bleche per Internet verschicken, es kann ja ausschließlich Information per Internet transportiert werden.

Hier ist der schnelle Zugang zur (richtigen) Information allerdings wichtig, er ist der größte Vorteil, den das Internet den Unternehmen zu bieten hat. Und der daraus gewonnene Vorteil ist oft alles andere als unerheblich, bedeutet diese Information doch in vielen Fällen den Unterschied zwischen einem Auftrag und keinem Auftrag. Und das ist wohl konkret genug.

Die Firmen-Homepage

Anfangs hatte jedes (einigermaßen fortschrittliche) Unternehmen erst einmal seine eigene Homepage - meist eine Verlängerung der bisher auf Papier gedruckten Informationen: welche Dienstleistungen man anbot, auf welche Referenzen man bereits verweisen konnte - dazu noch ein Bildchen des Firmengebäudes und/oder des Chefs und ein E-Mail Button - und fertig war die Website.

Eine solche Website konnte allerdings ohne weitere werbliche Maßnahmen nur eines: in der Flut der unzähligen anderen Websites sang- und klanglos untergehen. Denn damit auch nur ein potenzieller Kunden diese Website anklicken konnte, musste er diese Internet-Adresse erst einmal kennen. Dies aber geschieht oft genug immer noch ausschließlich durch „herkömmliche“ Werbung wie zum Beispiel Zeitungsinserate, Plakate oder Fernsehspots.

Wer damit erfasst wird und hereinschaut, bleibt allerdings dem Zufall überlassen: Mithin ein Instrument, um als Markenunternehmen seine Kunden zu pflegen, aber nicht, um Beziehungen zwischen Firmen zu initiieren oder zu transportieren.

Große Firmen im Verbund

Inzwischen waren einige (meist größere) Unternehmen schon längst auf eine viel intensivere und nutzbringendere Anwendung des Internet gekommen: Hier wurden die Rechnern des eigenen Unternehmens mit den Computern der Lieferanten und oft auch noch mit den Maschinen der Kunden verbunden.

In diesem (durch Login und Passwort abgesicherten) Bereich wurden Intranet-Server installiert, auf die alle Beteiligten Zugriff hatten - und schon stand einer Automatisierungswelle nichts mehr im Weg.

Bemerkte das Warenwirtschaftssystem, dass von bestimmten Teilen (beispielsweise von Schrauben) weniger als die Minimalmenge vorhanden war, so wurde nicht bloß eine Meldung an den Einkauf generiert, sondern die ganze Bestellung konnte nun automatisch per Internet an das Computersystem des betreffenden Lieferanten geschickt werden. Keine Sekretärin musste dafür eine Bestellung tippen, alles lief automatisch.

Der Vorteil: für alle „alltäglichen“ Vorgänge, sprich: für die Ausübung der eigentlichen Geschäftstätigkeit, war diese Methode optimal, und sie wird heute auch in immer mehr Firmen angewandt.

Der Nachteil: Für alle Anschaffungen und Investitionen, die nicht dem eigentliche Firmenzweck, sondern der Erhaltung der Investitionen dienen, ist eine so enge Verbindung verschiedener Firmen beziehungsweise ihrer Computersysteme weder nützlich noch erwünscht, vor allem auch aus Sicherheitsgründen.

Zum Reinschnuppern: B2B-Marktplätze & Linkverzeichnisse

(Stand Anfang Oktober 2000)

http://www.abusiness.at
http://www.allocation.net
http://b2b.yahoo.com
http://www.econia.com
http://einkauf.oesterreich.com
http://www.mondus.de
http://www.mybiz.de
http://www.newtron.de
http://www.ricardobiz.com
http://www.surplex.de
http://www.wko.at

Zu eng verbunden?

Ein Beispiel: Ein großes Unternehmen mit vielen Filialen im Land - das könnte einer der großen Baumärkte ebenso sein wie eine Kette von Tankstellen oder von Supermärkten - will allen seinen Filialen ein neues Erscheinungsbild verpassen, sie beispielsweise in dem neuen Firmendesign streichen.

Dies wäre zwar sicherlich für jede Malerfirma ein Großauftrag, trotzdem findet eine solche Aktion so selten statt, dass es sinnlos für jede solche Firma wäre, sich deshalb gleich mit den Computern aller in Frage kommenden Malerfirmen zu vernetzen.

Natürlich könnte man wie früher ein Inserat in die Fachzeitung der Malerinnung stellen und die Arbeit einfach ausschreiben. Um allerdings für die exakte Kalkulation des Angebotes den genauen Umfang der Arbeiten zu kennen, sind seit Jahrzehnten sogenannte Leistungsbeschreibungen in Gebrauch. Das sind (beziehungsweise waren) dicke Wälzer, in denen penibel jede einzelne nur denkbare Tätigkeit (in unserem Beispiel) eines Malers aufgeführt ist. Daraus werden alle bei diesem Auftrag in Frage kommenden Punkte ausgefüllt und - wichtig! - gleich mit der Menge versehen. Also beispielsweise: xx Quadratmeter Wand grundieren, yy Quadratmeter in Grün streichen und zz Quadratmeter in Rot, und dazu auch noch zum Beispiel erforderliche Gerüste und auch alle sonstigen Details - sogar, wer das verbrauchte Wasser und den Strom bezahlt, der Bauherr oder der Handwerker.

Diskette per Post?

Zwar gibt es alle Leistungsbeschreibungen schon seit vielen Jahren auch als Computerversion, die Ausschreibung (mit den Leistungen und Mengen, aber ohne Preise) selbst wird meist auch hierauf erstellt - dann wurde die Diskette allerdings oft noch per Post verschickt, um auf dem Computer des Anbieters mit dessen Preisen versehen zu werden.

Das nun fertig ausgefüllte Angebot ging auf dem gleichen Weg zurück, und erst dann konnte der Auftraggeber vergleichen, von wem nun das billigste Anbot kam.

Mit anderen Worten: Es wurde zwar mit dem Computer gearbeitet, davor stand aber erst einmal ein Inserat in der entsprechenden Fachzeitung, das der betreffende Anbieter erst einmal lesen musste. Er musste dann (per Telefon, Fernschreiben oder Brief) die Ausschreibung anfordern.

Und auch diese Information wurde auf Diskette gleich zweimal per Post befördert - nicht gerade das schnellste Transportmittel für Daten.

Portal - was ist das?

Ursprünglich gingen die ersten „Portale“ aus einfachen Link-Sammlungen hervor. Da hatten sich clevere Websurfer über ihre Bookmark-File nach und nach eine umfangreiche Sammlung von verschiedensten Links erarbeitet und kamen nun immer öfter auf die Idee, diese auch kommerziell zu nutzen.

Möglich wurde dies durch das System der Bannerwerbung, bei der an bestimmter Stelle der Webpage ein Inserat eingeblendet wurde. Die Abrechnung geschieht oft nach der Zahl der Besucher, die diese Seite anklicken. Wenn man nun durch viele interessante (und übersichtlich in einzelnen Rubriken aufbereitete) Links und vielleicht auch noch durch ein wenig zusätzliche, interessante Informationen möglichst viele Surfer dazu bringen konnte, diese Website zu besuchen, dann klingelte die Kasse „ganz von selbst“.

Nachdem allerdings immer mehr Anbieter auf diese Idee gekommen waren, kamen die einzelnen Anbieter solcher Link-Sammlungen unter Zugzwang - sie mussten sich voneinander unterscheiden. Das aber schafften viele durch zusätzliche Informationen. Damit wurden diese Seiten so immer mehr zum „Content-Anbieter“, sie versorgten die Besucher nun nicht mehr nur mit Links, sondern zusätzlich in wachsendem Umfang auch mit redaktionell aufbereiteten Inhalten - und fertig waren die ersten Portalsites.

Brachten die ersten dieser Sites ihre Links und Infos noch bunt zusammengewürfelt von allen nur erdenklichen Themen, so war die Spezialisierung auf bestimmte Themen schon bald ein weiteres Mittel zur Profilierung.

Manche dieser Sites firmieren als „Business-Portal“, sind aber (im Gegensatz zu den „echten“ B2B-Portalen) für jedermann zugänglich. Sie bieten aber - ganz in der Tradition der erwähnten Link-Sammlungen, aus denen sie sich entwickelten - Links und Informationen zu meist geschäftlichen Themen, allerdings meist recht bunt gemischt und oft mit Blickrichtung auf den E-Commerce, den Vertrieb von Waren per Internet an den Endkunden.

Wo trifft man sich?

Was also fehlte, war ein Forum, in dem sich sowohl Auftraggeber als auch die betreffenden Professionisten und potenziellen Dienstleister auf unverbindlicher Basis treffen konnten, und das zugleich auch ein geeignetes Medium darstellte, um dann sofort das gesamte umfangreiche Datenmaterial der Ausschreibung zu transportieren und allen Beteiligten (aber eben nur diesen) zugänglich zu machen.

Hier kommen die B2B-Portale ins Spiel: sie bieten genau diese Art von Kontakt: nicht für jeden Websurfer zugänglich, aber dafür maßgeschneidert für alle, die bestimmte Dienstleistungen suchen.

Der erste Unterschied zu einer „normalen“ Website: Hier gibt es keine Anonymität, jeder muss sich registrieren und erhält dann sein Login und sein Passwort. Dazwischen kann eine umfangreiche Prüfung liegen, damit auch sichergestellt ist, dass jeder Zugangsberechtigte auch tatsächlich jener ist, als der er sich ausgibt.

Sodann wird von jedem eine Art Benutzerprofil angelegt: er kann in einer Liste mit den verschiedensten Rubriken alle jene Dienstleistungen markieren, die er mit seinem Unternehmen anbietet. Von handwerklichen Leistungen wie den genannten Malern, Fliesenlegern oder Spenglern bis hin zum Computerhandel oder Dienstleistungen - von Consulting und Unternehmensberatung über das Erstellen von Internet-Seiten bis zu Reinigungsarbeiten oder Bewachungstätigkeit.

Nun geht's schnell

Um bei unserem Beispiel zu bleiben: Nun braucht sich unsere Firma nur mehr in diesem Portal zu registrieren und nach der Dienstleistung „Maler / Anstreicher“ zu suchen. Die erste Beschreibung des Auftrages wird nun automatisch an alle jene Firmen geschickt, die sich als Anbieter dieser Dienstleistung angemeldet haben.

Wer von ihnen an diesem Auftrag interessiert ist, bekommt sämtliche Ausschreibungsunterlagen (mit den Mengen) gleich vom Server des Portals, wohin sie vom Auftraggeber nur einmal überspielt werden mussten.

Nach dem Ausfüllen der Preise kann das fertige Angebot buchstäblich sofort wieder zurückgeschickt werden - die Laufzeit des gesamten Angebotsvorganges wird dadurch wesentlich verkürzt, zudem werden mögliche Fehlerquellen wie Datenfehler auf einer per Post geschickten Diskette dadurch eliminiert.

Mit andere Worten: Der gesamte Vorgang von erster Anfrage bis zur Auftragserteilung läuft nun vollständig über das Internet und spart dadurch sowohl administrativen Aufwand als auch Zeit. ❑

Webshop bei der Wirtschaftskammer

Der Webshop der Wirtschaftskammer ist mittels CWL WEBTrader an die Rechnungswesensoftware Corporate WINLine von Mesonic angebunden.

Von der Bestellung über die Lagerbuchhaltung bis zur Fakturierung läuft nun alles vollautomatisch ab. Die Anpassungsfähigkeit von CWL WEBTrader mittels Microsoft Active Server Pages ermöglichte eine maßgefertigte Lösung, wie zum Beispiel unterschiedliche Rechnungserstellung für Mitglieder und Nichtmitglieder.

Informationen direkt aus der Datenbank ins Internet zu stellen, war eines der Ziele. Den Kunden Bestellungen quasi auf Knopfdruck statt wie früher mittels E-Mail zu ermöglichen ein weiteres. Und natürlich sollte auch die Rechnungslegung möglichst selbsttätig ablaufen. Unter der Leitung von Frau Mag. Elisabeth Thornton wurde daher ein Projekt zur Automatisierung aller mit dem neuen Webshop verbundenen Abläufe ins Leben gerufen. Als beste Lösung für das Webshop wurde WINLine WEBTrader in Verbindung mit WINLine FIBU und WINLine FAKT von Mesonic gefunden. Die Installation und Anpassung des Shops wurde von TechTalk durchgeführt, die Installation der Warenwirtschaft von Computer Sperl.

CWL WEBTrader und CWL FAKT laufen in der Wirtschaftskammer auf einem Cluster Server von Compaq unter Microsoft Windows NT 4.0 und haben Lifezugriff auf die Datenbank des Microsoft SQL Servers 7.0, was den Vorteil stets aktueller Daten bietet. Für die automatische Erweiterung der Datenbank und die Aktualisierung der erfassten Daten sorgt der mitgelieferte Mesonic System Manager.

CWL WEBTrader holt sich also aktuelle Artikel-Informationen zur Präsentation im Internet direkt aus der Warenwirtschaft der CWL FAKT. Bestellungen im Webshop werden auf einem der derzeit 24 WINLine Clients ebenfalls mittels CWL WEBTrader erfasst und in der CWL FAKT bis hin zur Fakturierung weiter bearbeitet.

Im neuen Webshop finden die Kunden mittels Stichwortsuche oder nach Kategorien wie zum Beispiel Recht, Betriebsgründung oder Umwelt geordnet, wichtige Informationen zum Lesen oder Ausdrucken. Broschüren und Bücher können mittels Knopfdruck bestellt werden. Preise für Mitglieder und Nicht-Mitglieder sind in Schilling und Euro angeführt. „Der besondere Clou dabei ist, dass CWL WEBTrader zwischen Mitgliedern und Nicht-Mitgliedern unterscheidet und zwei verschiedene Abrechungssysteme anwendet," zeigt sich Gerfried Einböck von der Wirtschaftskammer zufrieden. „Außerdem können nun unsere Mitglieder mit einem PIN-Code und ihrer Mitgliedsnummer nur für sie bestimmte Informationen im Extranet der WK aufrufen" ergänzt Frau Mag. Thornton. „Und ab Herbst werden wir voraussichtlich eine weitere Möglichkeit des CWL WEBTrader realisieren: Die Bezahlung mit Kreditkarte."

CWL WEBTrader wurde in Zusammenarbeit mit Mesonic von TechTalk entwickelt Diese E-Commerce-Lösung ist an die Rechnungswesen-Software Corporate WINLine (CWL) 6.4.12 von Mesonic angebunden. Für die Automatisierung aller mit dem Webshop verbundenen Arbeitsabläufe dient neben dem Basismodul CWL FIBU vor allem das Modul CWL FAKT. Dieses voll integrierte Modul für die Warenwirtschaft deckt Bereiche von der Lagerbuchhaltung über die Auftragserfassung bis hin zur Fakturierung ab.

http://www.mesonic.at

E-Commerce mit SIS und INTERSHOP

Optimieren Sie Ihre elektronische Geschäftsabwicklung mit Hilfe des breitgefächerten technischen und betriebswirtschaftlichen Know-hows von SIS.

Wir bringen Ihr Angebot in Form eines Online-Shops ins Internet und erschließen Ihnen damit neue Kunden und Märkte. Genauso optimieren wir Ihre Supply Chain und die Verbindung zu Ihren Lieferanten mit Hilfe modernster Technologie.

Mit dem Einsatz von INTERSHOP Software realisieren wir Ihren Online-Shop schnell und kostengünstig. Der Storefront-Teil bietet dem Benutzer umfangreiche Produktauswahlmöglichkeiten sowie alle Funktionen zum Füllen eines Warenkorbs und zum Absetzen einer Bestellung.

Das Backoffice ist die zentrale Verwaltungsfunktion für den Betreiber des Shops. Dieser Softwareteil bietet eine umfassende Produkt- und Kundenverwaltung sowie eine einfache Warenwirtschaft zur Abwicklung der Online-Bestellungen.

Mit INTERSHOP können Aktivitäten wie Cross Selling, Sonderangebote und die Erstellung von Kundenprofilen realisiert werden, welche dem Shop-Betreiber weitere One-to-One-Aktivitäten ermöglichen.

Der INTERSHOP Online-Shop ist auf einer plattformunabhängigen Architektur aufgebaut, um maximale Performance, Skalierbarkeit und Flexibilität sicherzustellen. Weiters unterstützt INTERSHOP Software eine große Auswahl sicherer Zahlungsmethoden anderer Software-Anbieter sowie das Secure Socket Layer Protokoll (SSL), welches die Applikation vor unerwünschten Zugriffen schützt.

Besuchen Sie unseren mit INTERSHOP gestalteten SIS-eigenen Shop im Internet. Ab 1. November 2000 können Sie unter www.reflection.at einfach und schnell WRQ Reflection Terminalemulationen beziehen.

Mit SIS steht Ihnen jederzeit ein kompetenter Partner zur Seite, der Ihnen in allen Fragen des e-commerce und der INTERSHOP Software die notwendige Unterstützung geben kann, die Sie bei der Installation und dem erfolgreichen Betrieb Ihres Shops brauchen.

Als INTERSHOP Solution Provider bieten wir Ihnen spezifische Serviceleistungen wie z.B. Systemintegration, Web Design, Datenübernahme und Support an.

SIS Informationstechnologie GmbH
1190 Wien, Hofzeile 24
www.sisworld.com
office@sisworld.com

INTERSHOP
Creating the Digital Economy

INTERSHOP Communications GmbH
20097 Hamburg, Amsinckstraße 57
Tel.+49/40-23709-0; Fax +49/40-23709-111
http://www.intershop.de

Einsteiger- und Profi-Shoplösung

Die E-Commerce-Lösungen von hybris sind auch als Standard-Shops für Einsteiger geeignet.

Die Münchner hybris GmbH zählt zu den Schnellstartern im E-Business-Softwaremarkt. Seit rund einem Jahr mit einer eigenen Web-Shop-Lösung am Markt, verfügt das Unternehmen heute bereits über mehrere europäische und eine amerikanische Niederlassung.

Je nach Firmengröße und Einsatzbereich kann die entsprechende hybris shop Produktfamilie erworben werden. Das reicht von der Starter Edition, die allerdings keine Anbindung an Warenwirtschaftssysteme erlaubt (dafür aber nur wenige tausend ATS inkl.MwSt. kostet), bis zur Professional Edition, die nach allen Seiten - auch was das Volumen der im Shop angebotenen Produkte betrifft völlig - offen ist. Neu ist jetzt noch ein Auktionsmodul hinzugekommen und wurde nahtlos in die Administrationssoftware hybris Back-Office integriert. Das Modul ermöglicht sowohl steigende als auch fallende Gebote (Reverse Auction). Somit können laut Hersteller alle Artikel mit Zeitpunkt und Dauer der einzelnen Auktionen sowie mit Preisinformationen wie Mindestangebot und Listenpreis versehen werden Wie Sales Manager Rainer Badelt betont, zeichnet sich die hybris-Lösung durch die vielen offenen Schnittstellen aus, die eine Vielzahl von Anbindungen ermöglichen. Wichtig ist ihm auch die schnelle Implementierbarkeit: „Mit dem hybris shop haben unsere Kunden innerhalb von fünf Minuten eine fertige Shoplösung als Frame, die Anpassungen sind dann schnell gemacht." ❑

http://www.hybris.de

Plattform für Dienstleistungen

Ab 1. Jänner 2001 wird es im Web auch eine österreichische Plattform für die Vermittlung gewerblicher Dienstleistungen geben.

Der „pricerouter.at" möchte als Branchenportal Dienstleistungen rund um Bauen, Wohnen, Reisen, Versichern und Finanzieren an die „Surfer" bringen. Mit einer einzigen Anfrage nach einer Dienstleistung erhält der Konsument die fünf besten Angebote, kann dann in Ruhe vergleichen und sich für den Anbieter seiner Wahl entscheiden. Für Dienstleistungsanbieter möchte pricerouter.at als österreichweiter Vermittlungsdienst fungieren und einen leichten Einstieg ins Web ermöglichen. Dazu kommen zusätzliche Werbung, neue Kunden und Markt Knowhow. „Wir stellen den Unternehmen ein breites Spektrum an aufbereiteten Marktdaten zur Verfügung. Dazu gehören Besucherstromanalysen, Produktstudien, der Zugang zu Datenbanken oder die Unterstützung beim Werbeauftritt im Web", erläutert CEO Rainer Groh.

„Wir sehen uns als österreichweiter Marktplatz für Dienstleistungen." - Rainer Groh, CEO von pricerouter.at

Anbieter zahlen neben einer Jahresgebühr, die bei rund 10.000,- ATS liegen wird, neben einer einmaligen Einschreibgebühr noch für jede vermittelte und beantwortete Kundenanfrage eine Contactfee. Werbe- und Marktforschungservices werden gesondert angeboten. ❑

http://www.pricerouter.at

Auktionen: Aufwertung für das Web-Shop

Mit einer „Hosted-Application Auktion" von offerto können Unternehmen ihre Web-Shopping-Aktivitäten unterstützen.

Bei diesem neuen und zukunftsweisenden Ansatz von offerto.com bekommt der Partner auf seiner Homepage eine eigene Auktion mit dem gesamten technischen Background inklusive der Datenbanknutzung, dem Serverhosting und dem nötigen Hotline-Support zur Verfügung gestellt.

Wie das in der Praxis funktioniert, kann seit kurzem auf der Homepage von Hartlauer, Österreichs bekannter Photo- und Optikkette, begutachtet werden. Auf www.hartlauer.at wartet der Fotolöwe mit einer eigenen Auktion auf und bietet dort Produkte aus seinem Warensortiment zu attraktiven Preisen interessierten Internet-usern zum Ersteigern an. Hartlauer definiert sein Erscheinungsbild auf seiner Homepage völlig frei, ist aber technisch voll in die Auktion von www.offerto.at integriert, so dass seine Produkte simultan auf mehreren Plattformen ersteigert werden können. Somit wird ein viel größerer potentieller Kundenkreis erreicht als dies auf der eigenen Seite allein möglich wäre.

Für Hartlauer bietet die Auktion mit offerto.at als Partner einen zusätzlichen Vertriebsweg im Internet und erweitert das schon bestehende interaktive E-Commerce Angebot von Hartlauer-Online um eine neue Dimension. ❑

http://www.offerto.at

Marktplatz im Web

t-online bietet auf seiner Homepage (www.t-online.at) ein E-Commerce-Portal. Ab Mitte November wird es auch einen richtigen „Marktplatz“ geben.

Für den E-Commerce, also den Handel mit dem Endkunden, sind schon jetzt eine Reihe interessanter Angebote auf der t-online Website zu finden. Mit mehr als 150 e-Shops von namhaften Unternehmen aus Österreich und Deutschland ist das Angebot nicht gerade klein zu nennen.

Darunter finden sich bekannte Namen wie Niedermeyer und Hartlauer (beide Foto, Computer, Elektronik und Telekommunikation), Booxtra (Bücher), Offerto (Auktionen), Atrada (Powerbuying), der Software Dschungel (Software und Büro), aber auch Anbieter wie Wienerwald (Geschenk und Genuss) oder Donauland (Bücher und Magazine). Auch die Bereiche Auto und Motorrad werden durch entsprechende Anbieter abgedeckt. Das Angebot wird zudem laufend ausgebaut.

Ein fester Bestandteil der Portal Site sind die ständig wechselnden „Special Offers“ - Sonderangebote, die entweder ganz besonders günstig oder ausschließlich über T-Online angeboten werden.

Ab dem 6. November wird T-Online eine wesentliche Erweiterung seines Portals vorstellen: unter der Webadresse „atrada.at“ eröffnet dann ein riesiger Internet-Marktplatz - es soll der größten Web-Marktplatz Österreichs werden. Für die professionelle Nutzung wird zudem „atrada Pro“ eingerichtet, hier soll der Handel zwischen Unternehmen stattfinden.

Wer schon einen Vorgeschmack auf den vielfältigen Inhalt von „atrada.at“ bekommen möchte, kann sich schon einmal das deutsche Portal „atrada.de“ ansehen, neben „ricardo.de“ und „ebay.de“ der dritten großen Marktplatz im deutschen Internet. Auch dessen Angebote werden neben den inländischen Inseraten den österreichischen Surfern dann zur Verfügung stehen.

Somit wird die Tauschbörse von „atrada.at“ von Anfang an gut beschickt sein - eine Merkmal, das heute so mancher einst mit viel Trara angekündigten Tauschbörse im Web immer noch fehlt. Das optische Erscheinungsbild von „atrada.at“ wird übrigens für Österreich jenem der österreichischen T-Online-Seiten angeglichen, auch der Inhalt aller Inserate wird an die österreichischen Gegebenheiten angepasst, beispielsweise durch Preisangaben in Schilling auch bei Angeboten aus Deutschland.

Für die österreichischen Anbieter ergibt sich dadurch von Anfang an ein wahrhaft riesiger Kreis von potenziellen Anbietern beziehungsweise Interessenten. (ah) ❑

Online-Shop rasch entwickeln

Wipcore ermöglicht die Entwicklung von Internet-Handelslösungen aller Größenordnungen zu einem Bruchteil der bisher gewohnten Kosten.

Die Gesamtkosten für eine professionelle Internetpräsenz können mit Wipcore im Vergleich zu scriptbasierten Lösungen manchmal sogar bis auf ein Zehntel reduziert werden. Volle XML-Unterstützung und zusätzliche Marketingfunktionalitäten stehen ebenfalls zur Verfügung.

Mit Wipcore kann eine Website so maßgeschneidert gestaltet werden, dass je nach Besucher und Besucherprofil die Seiten ihr Aussehen individuell ändern. Dadurch können kundenspezifische Informationen, Preise und Konditionen präsentiert werden.

Außerdem gibt es dem Besucher die Möglichkeit, „seine Site“ selbst zu gestalten. Waren, Informationen oder Dienstleistung, die er oft benötigt oder die ihn besonders interessieren, können als Favoriten definiert werden. Der Kunde kann sich so beispielsweise unterschiedliche Warenkörbe zusammenstellen - praktisch etwa für den Wochen- oder Monatseinkauf. Dazu kommen unterschiedliche Web-Marketing-Möglichkeiten wie Passwort-Marketing, Network Marketing, Auktionen und anderes mehr.

Das Intelligence Modul von Wipcor sagt dem Shopbetreiber, was in seinem Shop passiert: Etwa welche Produkte besonders attraktiv oder unattraktiv sind, was oft in den Warenkorb gelegt dann aber doch nicht erworben wird, wie man das Sortiment erweitern könnte oder wie man es gezielt zeitlich optimiert (etwa saisonal). Diese statistische Auswertung ermöglicht es, produktmäßig und zeitlich optimale Warenportfolios zu erstellen. Wipcore ist ein modulares und offenes System, das sich schnell und einfach in existierende Wirtschaftssysteme integrieren lässt. Weder das Aussehen noch die Funktionen der Website sind vordefiniert. Web-Designer, Entwickler und Benutzer sind an keine Regeln und starre Vorlagen gebunden. ❑

http://www.safeit.at

Net Markets - Drehscheibe für den elektronischen Geschäftsverkehr

Die heute noch vorwiegend transaktionsorientierten Verfahren von EP-Lösungen optimieren vorerst die Prozesskosten des operativen Einkaufs. Weil die Bestellungen direkt durch die Bedürfnisträger ausgelöst werden können, konzentriert sich der Einkäufer auf die Aushandlungen von Rahmenverträgen. Eine Verbesserung zur Back-Office Integration (ERP) und eine vollständige Unterstützung der Bestellprozesse von der Auswahl bis zur Bezahlung und die Senkung der Beschaffungskosten sind ein Hauptbedürfnis der Einkäufer. Es sind daher elektronische Märkte - so genannte „Business to Business Netmarkets" entstanden, die diesen Bedürfnissen Rechnung tragen.

Ilse und Rudolf Wolf

Elektronische Marktplätze, an denen Unternehmen nach der E-Commerce-Formel B2B Waren bestellen, einkaufen, verkaufen, Auktionen durchführen sowie logistische Dienstleistungen in Anspruch nehmen und die Online-Verrechnung durchführen, entwickeln sich mit ungeahnter Dynamik. Beim globalen IT-Dienstleister CSC spricht man von einem dramatischen Wandel im Wirtschaftsgeschehen. An den Internet-Technologien und ganz besonders am elektronischen Geschäftsverkehr und an der elektronischen Geschäftsabwicklung zwischen Unternehmen führt kein Weg mehr vorbei, ist man bei CSC, dem heute viertgrößten globalen IT-Consultingunternehmen, überzeugt.

Für CSC, so Mag. Manfred Prinz, Vorstandsvorsitzender der CSC Austria AG, zeichnen sich dabei drei große Dienstleistungspotenziale ab, für die es verstärkt integrale E-Business-Konzepte zu entwickeln und umzusetzen gilt: die Netz-Strategie, die sich auf jene Unternehmen konzentriert, die ihr Geschäftsmodell auf E-Business ausrichten wollen, die Netzintegration, in der die Informationssysteme der „alten Welt" mit zukunftsorientierter Web-Technologie harmonisiert werden sollen, und Net Markets, also elektronische Marktplätze, in denen Unternehmen, Branchengruppen oder ganze Wirtschaftszweige geschäftlich auf Internet-Plattformen kooperieren.

Net Markets

Bei Net Markets handelt es sich um Internet-basierte Marktplätze, die - zumeist neutral und auf eine Branche fokussiert - bestehende Ineffizienzen geschäftlicher Transaktionen zwischen Unternehmen reduzieren und Mehrwertleistungen wie Informationen, Infrastruktur und Sicherheit bieten. Sie stellen eine Transaktionsplattform für Käufer- und Verkäufergruppen dar und sorgen damit für eine optimierte vertikale oder auch horizontale Nutzung von Informationen.

Wenn Sie einen Net Market konzipieren, brauchen Sie einen Partner, der Ihnen bewährte Lösungen bietet. Evaluieren Sie zunächst Ihre Optionen im Internet-Umfeld und übernehmen Sie durch frühzeitiges Vorgehen eine Vorreiterrolle in Ihrer Branche. Zudem benötigen Sie Leitlinien für den Aufbau der Infrastruktur, die Ihre Community heute und in der Zukunft unterstützen kann.

Zu den entscheidenden Playern im E-Business und im Umfeld der „Net Markets Maker" hat sich CSC zu einer dominanten Kraft im Kreise derer entwickelt, die elektronische Marktplätze für ihre Kunden erstellen, hosten und pflegen - mittlerweile sind es mehr als 40 an der Zahl.

„Wir bieten Ihnen als anerkannter Technologieführer eine langfristige Partnerschaft an. Durch optimalen Einsatz unseres umfassenden Branchen-Know-hows und unserer weltweiten Netzwerke verbinden wir die Teilnehmer von Net Markets. Time to Market erzielen wir durch das Wissen über die Leistungsfähigkeit und die damit verbundene optimale Auswahl der Produkte und Dienstleistungen unserer Partner. Unsere exzellenten Beziehungen zu vertikalen Market Makers eröffnen Ihnen den raschen Zugriff auf weitere Leistungen", erklärt CSC-Österreich Marketingleiter Ing. Erich Dürnbeck.

Dass Wertschöpfungsmodelle des E-Business bereits in großem Stil verwirklicht werden, kann CSC selbst bereits vielfach unter Beweis stellen. Zu den internationalen Vorzeigeprojekten in diesem Bereich gehören der amerikanische Stahl-Market im Internet, E-Steel, CheMatch für die Chemie-Branche und paperX.com, ein sicherer Net Market in Europa, der eine Mehrwährungs- und mehrsprachige Drehscheibe für den Papierhandel erstellen wird. Das hoch gesteckte Ziel der europäischen Web-Börse: im Jahre 2003 10 Prozent des europäischen Papierhandels abzuwickeln. CSC rechnet, dass im Jahr 2002 10.000 neue Net Markets entstehen werden.

Eine der prominentesten Herzeige-Adressen im Web ist der bereits 1998 gegründete elektronische Marktplatz E-Steel geworden, der sich mittlerweile zu einem globalen elektronischen Geschäftszentrum für den gesamten Stahlhandel entwickelt. Mit dem Ziel, Vertrieb und Beschaffung von Stahl und Stahlprodukten aller Art durch elektronische Geschäftsabwicklung zu beschleunigen und gleichzeitig IT-, Transaktions- und Marketingkosten zu reduzieren, aber auch neue Geschäftsmöglichkeiten zu entdecken, haben sich bis heute an die 2.400 Firmen - darunter 153 Stahlproduzenten, 640 Hersteller von Stahlprodukten, 427 Handelsunternehmen und 450 Dienstleister aus 85 Ländern - bei den Betreibern des unabhängigen Marktplatzes, zwei amerikanischen Insider aus dem Stahlgeschäft, registrieren lassen.

Geboten wird ihnen dabei neben tagesaktuellsten Informationsdiensten (einschließlich „breaking news") über das Marktgeschehen und die Branche ein Gesamtpaket für die elektronische Abwicklung von Einkauf, Verkauf und Logistik ebenso wie Branchenanalysen und mächtige Anwendungstools für die Produktsuche sowie zur Erstellung von eigenen Produktangeboten.

Was www.e-steel.com bereits für das Geschäft mit Stahl und Stahlerzeugnissen bis hin zum Spezialdraht geworden ist, könnte der vor einem Jahr ins Leben gerufene elektronische Marktplatz INC2inc für die Nahrungsmittelbranche werden.

Der von CSC konzipierte Net Market, der seinen Kunden strikte Neutralität sowie Vertraulichkeit bei der Abwicklung von Geschäften zusichert und gegenwärtig auch keine Auktionen, sondern lediglich Transaktionen zu Katalogpreisen zulässt, verrechnet den Anbietern Gebühren in einer Bandbreite zwischen 0,5 und 1,5 Prozent des Umsatzes. Die Leistungen, die dafür von den Marktplatz-Betreibern und ihren rund 30 Mitarbeitern erbracht werden, reichen von der elektronischen Auftragsübermittlung bis zur Online-Ermittlung des Lieferstatus und zur elektronischen Zahlungsabwicklung, wobei es den Geschäftspartnern selbst überlassen bleibt, inwieweit sie die Transaktionen in die eigenen IT-Anwendungen integrieren wollen. Vorsorge hat man jedoch dafür getroffen, dass Käufer und Lieferanten Bestellungen und Auftragsbestätigungen nicht nur in jedem beliebigen Dateiformat übermitteln können, sondern auch in der Lage sind, ihre alten, oft mit erheblichem Aufwand erstellten EDI-Systeme weiter zu verwenden. So nutzt die amerikanische Supermarktkette H-E-B diese Möglichkeit bereits in vollem Umfang, um den Großhandel online die benötigten Riesenmengen an Grundstoffen für die Eigenmarken bei Gebäck- und Milchprodukten zur automatischen Nachbelieferung bekannt zu geben, ohne sich darum kümmern zu müssen, welche IT-Software die Lieferanten im Einsatz haben.

Der internationale Konzern CSC verfügt bereits weltweit über 1.500 E-Business-Spezialisten, in der D-A-CH-Region sind es 120. „Am Aufbau eines derartigen Online-Markets sind vor allem Branchenfachleute beteiligt", betont Dürnbeck das benötigte Know-how für Branchengepflogenheiten bei der Abwicklung der Geschäfte.

Das alles müsse in die zentrale Infrastruktur des Internet-Marktplatzes einfliessen, die ihrerseits die komplexen Infrastrukturen der einzelnen Branchenteilnehmer (Erzeuger und Vorlieferanten, Einzel- und Großhändler, Lager- und Transportunternehmer) integrieren muss. ❑

http://www.csc.at

Web-Editoren im Vergleich

In kurzer Zeit haben Web-Editoren den Weg vom Hilfswerkzeug zur komplexen Anwendung hinter sich gebracht. Die Spitzenprodukte erlauben den effektiven Aufbau professioneller Sites. Bei Ausstattung und Arbeitsweise gibt es aber große Unterschiede.

Rainer Doh

Die Zeiten, als Webseiten mühsam per Hand in HTML kodiert wurden, sind vorbei. Eine ganze Reihe komfortabler Web-Editoren helfen heute dem Profi wie dem Gelegenheits-Designer beim Aufbau der eigenen Homepage. Von der günstigen Shareware bis zur hochpreisigen Entwicklungsumgebung steht ein breites Sortiment zur Verfügung. An der Spitze der Beliebtheitsskala stehen fünf Produkte, die um die Gunst der Anwender buhlen: Adobes Golive, Macromedias Dreamweaver, Microsofts Frontpage, NetObjects' Fusion und Softquads Hot Metal Pro. Alle vorgestellten Produkte erfüllen ausgezeichnet die Grundfunktionen der Web-Entwicklung. Daher ist es müßig, darauf einzugehen, wie Links gesetzt und Grafiken eingebunden werden.

Das aktuelle Angebot an Web-Editoren lässt sich grundsätzlich in zwei Gruppen einordnen: Die einen zeichnen sich durch ihre Herkunft aus dem Bereich Design aus. Sie eignen sich vor allem für den Aufbau grafisch orientierter Sites. Dazu gehören namentlich

Macromedias Dreamweaver und auch Adobes Golive. In der anderen Gruppe liegt die Priorität auf einer möglichst hohen Strukturierung, die eine schnelle und einfache Entwicklung von umfangreichen Web-Inhalten ermöglicht. Zu dieser Gruppe zählen Fusion von NetObjects und Microsofts Frontpage. Hot Metal Pro von Softquad passt eigentlich in keine der beiden Gruppen, erweist sich aber trotzdem als braves Arbeitspferd.

Dreamweaver 3.0

Dreamweaver 3.0 von Macromedia ist der Lieblings-Editor der Grafiker. Sicher mit Recht, denn dieses Werkzeug unterstützt sehr gut den Aufbau anspruchsvoller Designs. Echten Nutzen haben aber nur Anwender, die tatsächlich aus dem grafischen Fach kommen oder zumindest einschlägige Kurse besucht haben. Für hochwertiges Design kann der Editor nämlich nur die Rolle eines Werkzeugs spielen. Die Kreation erfolgt immer noch im Kopf, die Umsetzung dann zunächst in Photoshop und Fireworks. Leider vertraut der Hersteller in der aktuellen Version auch zu sehr auf die Eigeninitiative der Anwender, denn Vorlagen sind Mangelware.

Macromedias Dreamweaver ist bei Grafikern sehr beliebt, lassen sich doch Vorlagen aus Fireworks oder Photoshop präzise verarbeiten.

Fusion 5.0

Einer der großen Vorzüge von Fusion 5.0 von NetObjects ist die Möglichkeit, aber auch der Zwang, enorm strukturiert zu arbeiten. Websites sollen ein möglichst durchgängiges Design in Aufbau, Farbgebung, Grafik und Schrifttypen aufweisen. Fusion unterstützt dies durch sein Style-Konzept. Styles sind vordefinierte Elemente aus Banner, verschiedenen Navigationsleisten, Hintergrund und Schrifttyp. Der Hersteller bietet ein breites Sortiment an vordefinierten Styles. Zusammen mit den Vorlagen aus den Vorgängerversionen 1, 2 und 3 stehen allein vom Hersteller über 200 Module für alle möglichen Anwendungszwecke zur Verfügung.

NetObjects' Fusion liefert bereits viele Style-Vorlagen mit, die sich individuell anpassen lassen und eine strukturierte Seitenerstellung optimal unterstützen.

Dazu kommen noch Angebote von Drittanbietern wie Demorgan Industries (www.webspice.com) oder Matrix Productions (www.themepak.com). Alle Vorlagen können vom Entwickler individuell angepasst werden.

Grundlage dieses Systems ist das Masterlayout, über das Style und Navigationsbereiche definiert werden. So kann im Masterlayout etwa ein oberer Bereich für ein Banner und ein linker Rand für die Navigationsleiste definiert werden. Alle Elemente, die in diesen Bereichen abgelegt werden, erscheinen auf allen Seiten. Beispielsweise kann man so sehr einfach ein Firmenlogo in die linke obere Ecke platzieren oder einen „Powered-By-Button" setzen. Natürlich kann man selbst eigene Masterlayouts mit individueller Aufteilung entwerfen oder innerhalb der Site für bestimmte Seiten andere Vorlagen verwenden. Web-Usability-Tests zeigen, dass eine Seitenaufteilung mit linker Navigationsleiste durchaus Sinn macht. Der Besucher orientiert sich auf diese Weise besser in der Navigation und sucht Text und Bilder in der Mitte und auf der rechten Hälfte.

Fusion erlaubt auch ein sinnvolles Management der Site. Neue Seiten werden in der Baumstruktur angelegt und verwaltet. Allerdings ist es auf diese Weise nicht möglich eine andere Struktur anzulegen. Bei Shops wären etwa mehrere Eingangspforten oft wünschenswert. Hier muss man sich mit einem Trick behelfen und sich die Homepage selbst als Mittelpunkt definieren.

Frontpage 2000

Frontpage 2000 von Microsoft ist einzeln erhältlich, aber auch als Bestandteil der Premium-Edition der Office-Suite. Insofern wächst die Verbreitung im Unternehmen. Frontpage arbeitet nach einem ähnlichen Prinzip wie Fusion, unterstützt Layoutvorlagen und bietet Assistenten zur Generierung von Standard-Webstrukturen wie etwa für einen typischen Business-Grundauftritt. Im Detail bleibt Frontpage aber doch deutlich hinter dem direkten Wettbewerber zurück.

Golive 5.0

Golive 5.0 von Adobe erinnert in seiner Bedienung an das legendäre Betriebssystem Nextstep. Elemente werden über Eigenschaftsfenster kontrolliert, die hier Inspektoren heißen. Vorbildlich ist die Integration von Drag-and-Drop-Design, Kontrolle des

Microsofts Frontpage unterstützt mit Assistenten vor allem den Grundaufbau von internen Unternehmens-Websites.

Quelltextes und Seitenvorschau. Wie der Dreamweaver empfiehlt sich Golive vor allem für professionelle Web-Grafiker. Da diese ihre Vorlagen bevorzugt in Photoshop erstellen, hat der Hersteller auf Vorlagen und Assistenten weitgehend verzichtet. In der Version 4 waren die Möglichkeiten für Site-Management nur rudimentär ausgeführt. Die Version 5 bringt hier und bei anderen Funktionen deutliche Verbesserungen. Man darf gespannt sein, wie die Entwicklung von Web-Werkzeugen bei Adobe, dem Stammhaus des Print-Publishing, weitergeht.

Hot Metal Pro

Hot Metal Pro von Softquad gehörte zu den ersten Web-Editoren am Markt. Das heißt nicht, dass das Produkt veraltet ist. Das Programm enthält alle Standard-Features und eine Menge mehr. Besonders ins Auge fallen eine Reihe von Assistenten, mit denen schnell typische Web-Elemente in HTML-Code oder als Javascript erzeugt werden können. Traditionell arbeitet das Produkt zwar nach dem What-You-See-Is-What-You-Get-Prinzip, zeigt aber immer den HTML-Code und lässt auch stets manuelle Eingriffe zu. Von daher richtet sich Hot Metal Pro eher an den erfahrenen Programmierer, der sich mit der Zeit seine individuelle Entwicklungsumgebung einrichtet. Als Bonbon für dieses Umfeld können die Makrofunktionen gelten. Standar-

daufgaben werden mit dem Makrorecorder aufgezeichnet und dann auf Tastendruck oder Mausauswahl abgearbeitet. Besonders die Arbeit mit komplexen Tabellen erleichtert sich damit.

Pflichtelement Datenbank

Professionelle Web-Auftritte bestehen aus einer Vielzahl von Elementen. Nur eine strukturierte Ablage der Elemente erlaubt später eine effektive Pflege und kostengünstige Aktualisierungen. Fast jeder Webauftritt kennt einen Bereich „Aktuelles" für regelmäßig erneuerte Mitteilungen. Zur Pflege reicht eine einfache Datenbankschnittstelle, über die per Browser in entsprechende Felder Überschrift,

Adobes Golive bietet eine sehr gute Vorschaufunktion. Der Anwender muss sich sein Vorlagendepot aber weitgehend selbst aufbauen.

Vorspann, Lauftext, Veröffentlichungsdatum und Verfallsdatum eingegeben werden. Der Server holt sich dann immer die neuesten Blöcke und gibt sie in einer formatierten HTML-Schablone wieder.

Um solche und ähnliche Web-Bereiche über eine Datenbank zu lösen, sind keine mächtigen Content-Management-Lösungen notwendig. Unter Microsofts Information

Softquads Hot Metal Pro hat eine Makrofunktion integriert, mit der Entwickler Standardaufgaben automatisieren können.

Server lassen sich Access- und SQL-Datenbanken über die Scriptsprache Active Server Pages komfortabel ansprechen. Für den Apache-Server stehen jede Menge Datenbankschnittstellen als Perl- oder PHP-Module im Internet zur Verfügung.

Das Problem ist, solche Schnittstellen möglichst ohne Programmierkenntnisse gleich in der Produktionsphase mit dem Web-Editor einzubinden. Eigentlich sollte dies ein Standardmerkmal für Web-Editoren sein, doch die Hersteller gehen mit dieser Anforderung recht unterschiedlich um. Softquad hat bereits eine Schnittstelle zum dynamischen Seitenpublizieren integriert. Adobe und NetObjects bieten kostenlose Erweiterungen. Frontpage unterstützt zwar die hauseigenen Active Server Pages, die Einbindung einer Datenbankschnittstelle unter Frontpage 2000 setzt aber intensive Befassung mit den Unterstrukturen der Menüauswahl und der Dokumentation voraus. Der Hersteller geht davon aus, dass Programmierer für Datenbankanbindungen die Web-Entwicklungsumgebung Visual Interdev zu verwenden haben. Völlig außen vor bleibt die Datenbankunterstützung bei Macromedia. Zwar können mit dem Dreamweaver alle möglichen Plug-Ins komfortabel eingebunden werden, aber eben keine Datenbankschnittstelle. Dafür bietet der Hersteller Drumbeat beziehungsweise dessen Nachfolgeprodukt Dreamweaver Ultradev an.

Dabei zeigt Fusion, wie einfach solche Schnittstellen zu realisieren sind, ohne auch nur ein Wort an Programmcode zu brauchen. Das Programm stellt sogenannte Components zur Verfügung, die per Drag-and-Drop an eine beliebige Stelle der Seite gezogen werden. Alle Parameter wie Datenbank- und Feldnamen werden im Eigenschaftsfenster übergeben. Fusion erstellt daraus dann ein Script beziehungsweise ein Java-Applet, das die Zugriffe ausführt. Ganz ähnlich arbeiten die Dynamic Links für ASP in Golive.

Fazit

Wie bei Office-Programmen wird man eine Anwendung kaum wechseln. Man kennt die Bedienung und hat sich meist ein Sortiment an Vorlagen erstellt. Trotzdem kann sich ein Wechsel lohnen, wenn ein neues Projekt ansteht. Derzeit kristallisieren sich in der Beliebtheitsskala zwei Programme heraus: Der Dreamweaver für Sites, in denen das grafische Outfit im Vordergrund steht, und Fusion für die Entwicklung gut strukturierter, inhaltsorientierter Web-Auftritte. Der Einsatz eines Web-Editors empfiehlt sich in jedem Fall. Allein wegen der mühseligen Variantenpflege für die diversen Browsertypen rentiert sich die Investition: Moderne Web-Editoren erledigen das automatisch auf Knopfdruck. ❑

Dr. Rainer Doh, Journalist in Planegg

Welcher Editor für welchen Einsatz?

Adobe Golive 5.0
Eignet sich gut für Designs. Bietet eine sehr gute Lösung in der Darstellung von Designkomponenten, HTML-Quelltext und Seitenvorschau. www.golive.de.

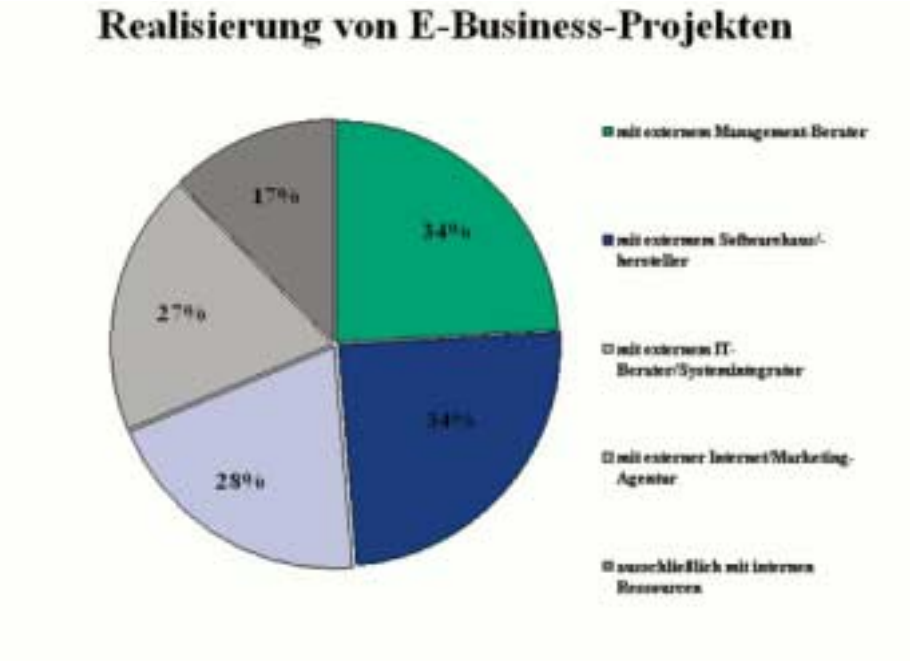
Macromedia Dreamweaver 3.0
Für professionelle Grafiker mit entsprechenden Vorkenntnissen die erste Wahl. Grafiken und dynamische Elemente können äußerst genau bearbeitet und dargestellt werden. Voraussetzung bleibt aber, dass entsprechend gute grafische Inhalte zur Verfügung stehen. www.macromedia.com.

NetObjects Fusion 5.0
Der beste Allrounder im Feld. Bietet für Semiprofis und Profis schnelles und sauberes Design auch komplexer Sites im Internet und Intranet. Ohne wesentliche Vorkenntnisse können ansprechende Websites erstellt werden. Für den Profi bietet das Produkt eine Vielzahl von Möglichkeiten zur effizienten Web-Produktion. www.netobjects.de.

Microsoft Frontpage 2000
Von der Produktphilosophie her der direkte Wettbewerber zu Fusion. Erwartungsgemäß gute Integration mit anderen Microsoft-Produkten. Für den Aufbau von Standard-Seiten gut geeignet kann Frontpage mit der reichhaltigen Ausstattung und den Möglichkeiten von Fusion nicht mithalten. www.microsoft.de.

Softquad Hot Metal Pro 6.0
Der altgediente Web-Editor hat hauptsächlich bei Web-Entwicklern im angelsächsischen Raum seine feste Nutzergemeinde. Um die Möglichkeiten des Programms wirklich nutzen zu können, ist eine intensive Befassung notwendig. www.softquad.com.

Obwohl bekanntermaßen die sorgfältige Planung einen wesentlichen Erfolgsfaktor jedes Projektes darstellt, drückt die Mehrheit der Vorstände und Geschäftsführer aufs Gaspedal, wenn es um das Thema E-Business geht. Schließlich bietet die entstehende „Net Economy" den Unternehmen völlig neue Möglichkeiten zur Abwicklung elektronischer Geschäfte und der Erhöhung der Kundenbindung. Doch vor der praktischen Umsetzung sogenannter „E-Solutions" steht zunächst die strategische Neuausrichtung der Geschäftsprozesse.



Erfolgsfaktoren für E-Business-Projekte

Evolutionstheorie der „Net Economy"

Der Brief des Mobilfunkproviders flatterte bei Hans-Dieter Ernst erst ins Haus, als dieser seinen Handy-Vertrag mit dem Unternehmen längst gekündigt hat. Mit einem standardisierten Schreiben versuchte der Betreiber, den Kunden wiederzugewinnen: „Sie haben ihren Vertrag gekündigt. Uns interessiert, warum Sie unzufrieden waren - bitte rufen Sie uns an!"

Der Chief Executive Officer (CEO) der Bull-Gruppe in Zentraleuropa zeigte sich von diesem „lauwarmen Kundenservice" keinesfalls beeindruckt: „Schließlich hatte ich triftige Gründe für meinen Wechsel. Um mich als Kunden an sich zu binden, hätte der Anbieter sich wesentlich mehr anstrengen müssen - und vor allem viel früher." Der Bull-Chef hatte in der Vergangenheit viel und oft per Handy telefoniert, aber während dieser Zeit von seinem Provider nicht ein einziges Mal ein auf seine Bedürfnisse angepasstes Angebot erhalten. „Deshalb bin ich nun zur Konkurrenz abgewandert", sagt Ernst. Durch effektives Customer Relationship Management (CRM) - so seine Überzeugung - hätte dies verhindert werden können.

Dabei ist Ernst kein Einzelfall: In Europa, das belegen aktuelle Studien, verlassen jährlich rund 25 Prozent aller Mobilfunkkunden ihren Anbieter, in den USA sind es sogar 30 Prozent. Diese hohen Quoten werden angesichts immer attraktiverer Umstiegsangebote und immer kürzerer Vertragslaufzeiten in den kommenden Jahren weiter steigen und auch im Festnetzbereich zunehmen. Die mit einem Wechsel einhergehenden Kosten für die Neuakquisition und dem geringeren „Lifetime Value" summieren sich nach den Berechnungen von Helmut Gulde, Vice President im Bereich Telco & Media bei Gemini Consulting in Bad Homburg „schnell auf über 3000 Mark pro verlorenem Kunden".

Jeder Kunde ist Gold Wert

Und nicht nur auf dem hart umkämpften Mobilfunkmarkt ist jeder Kunde Gold wert. In einer Zeit, da sich die Marktsituation häufig in Rekordgeschwindigkeit radikal ändert, der Wettbewerbsdruck wächst und Produkte über das Internet immer besser zu vergleichen sind, bildet der Bestandskunde branchenübergreifend das wertvollste Unternehmensgut. So haben aktuelle Untersuchungen ergeben, dass eine Erhöhung der Kundenbindung um fünf Prozent zu Gewinnsteigerungen um 35 Prozent führen kann. „Genau hier setzt das elektronische Customer Relationship Management an", erklärt Bull-Chef Hans-Dieter Ernst.

Neben der Neuorientierung des Unternehmens in Richtung Internet und E-Business spielt deshalb bei Europas drittgrößtem Systemintegrator künftig das Thema CRM eine wichtige Rolle. Die Möglichkeit zur Erhöhung der Kundenbindung ist jedoch nur ein Beispiel für neue Geschäftspotenziale durch die zunehmende Vernetzung der Welt. Die entstehende „Net Economy" bietet Unternehmen, die sich dieser Herausforderung stellen, etliche weitere Betätigungsfelder im Bereich des E-Business und E-Commerce.

Ernst: „Selbst durch kleine, einfach zu realisierende Konzepte kann heute bereits eine Service-Steigerung erreicht werden." Denn während etwa der Vertrieb hochkomplexer Maschinen über das Internet immer noch extrem schwierig ist, können die für das Gerät erforderlichen Schmierstoffe problemlos im World Wide Web vertrieben werden. „Wenn der Maschinenhersteller seinen Kunden gut kennt, wird er ihn zum richtigen Zeitpunkt daran erinnern, dass die Schmierstoffe in der Maschine wieder gewechselt werden müssen und ihm direkt ein Angebot über die Lieferung der Produkte machen", begeistert sich der Bull-Geschäftsführer.
Für die elektronische Abwicklung einzelner Geschäftsprozesse - wie etwa den Ersatzteilvertrieb - existiert heute bereits eine Vielzahl von Lösungen. Allerdings sind solche Lösungen nicht skalierbar. „Sollen nachträglich andere Segmente oder Funktionalitäten mit eingebunden werden, ist die ursprüngliche Lösung nicht erweiterbar und muss komplett ersetzt werden", warnt er. Daher sei ein gut geplantes Konzept, das auch zukünftige Entwicklungen berücksichtige, sehr empfehlenswert.

Think big - start small

Im Anschluss an ein sorgfältig durchdachtes Konzept will die praktische Umsetzung solcher Ideen besonders gut geplant sein. Das Motto „Think big - start small" ist nach Ansicht von Ernst bei der Einführung von E-Commerce- und E-Business-Lösungen dringend zu empfehlen. Denn zur Realisierung einer effektiven „E-Solution" müsse zunächst geklärt werden, „wo der Weg eigentlich hingehen soll". Will das Unternehmen eine reine Shop-Lösung realisieren, oder ist langfristig die Einbindung der gesamten Geschäftsprozesse in das E-Business angedacht? Sollen zukünftig andere Vertriebskanäle aufgebaut werden? Will ein Hersteller direkt mit dem Endkunden Geschäfte machen oder soll der Vertrieb weiter über Zwischenhändler erfolgen? Fragen über Fragen, die vor der Umsetzung einer E-Commerce- oder E-Business-Anwendung geklärt werden sollten. Dabei ist zu berücksichtigen, dass es sich hierbei um strategische Entscheidungen handelt, die keinesfalls nur von der IT-Abteilung alleine getroffen werden können.

„E-Business ist Chefsache und muss deshalb vom Top-Management im Unternehmen entsprechend unterstützt werden", betont er. Denn meist - so die Erfahrung des Experten - liegen die Gründe für ein Scheitern von E-Business-Projekten in der Ablehnung der Mitarbeiter und einer mangelnden Identifikation der Geschäftsleitung mit der neuen Strategie. Auch Alistair Stewart, Managing Director in der Abteilung Technology Integration Practice beim Beratungsunternehmen GIGA Information Group, warnt vor den Gefahren halbherzig geplanter E-Business-Projekten: „Häufig veranlasst das durch E-Business-Lösungen in Aussicht gestellte enorme Einsparpotenzial die Verantwortlichen zu kurzfristigen und auch kurzsichtigen Implementierungen, aus denen dann immense Probleme entstehen, die nicht mehr ad hoc zu lösen sind."

Dabei sein ist alles

Trotz dieser Warnungen werden E-Business-Projekte aufgrund des Marktdrucks und der wachsenden Konsumentenanforderungen auch heute noch allzu häufig überstürzt geplant und realisiert. Genaue Vorstellungen über Kosten und Ergebnisse der Lösungen spielen dabei lediglich eine Nebenrolle. Dies ergab eine Umfrage, die das Meinungsforschungsinstitut Forsa kürzlich durchführte. Fazit der Studie: „Für viele Unternehmen ist es ausschlaggebend, überhaupt dabei zu sein."

Dass das Thema E-Business jedoch in einer Hinsicht bereits zur Chefsache avanciert ist, verdeutlicht die Erhebung ebenfalls. Denn

initiiert werden demnach derartigen Projekte in erster Linie von Geschäftsführung und Vorstand. Die Tatsache, dass sich E-Business nicht nur auf der Ebene technischer Lösungen abspielt, haben die Verantwortlichen zum größten Teil dabei bereits erkannt. Denn den Weg zur E-Company müssen in erster Linie auch die Mitarbeiter eines Unternehmens gehen. Hier sehen die befragten CIOs erhebliche Schwierigkeiten bei der Umsetzung von E-Business-Konzepten: Auf Platz drei der Problemskala rangieren nach möglichen Hindernissen bei der Einhaltung von Zeit und Budget „Reibereien" zwischen externen Beratern und eigenen Mitarbeitern. Hinzu kommen interne Interessenskonflikte zwischen Fach- und IT-Abteilungen als auch Probleme bei der User-Akzeptanz, die sich als Bremsklotz für den reibungslosen Projektablauf erweisen könnten. Die rein technischen Problemstellungen treten hierbei in den Hintergrund. Weniger als 30 Prozent der Befragten erwarten Schwierigkeiten bei der Architektur, der Package-Auswahl und der Integration von Altsystemen (20%).

Der richtige Zeitpunkt entscheidet

Doch gerade die Integration der Legacy-Systeme spielt bei der Realisierung von E-Business-Projekten eine wichtige Rolle. „Die im Unternehmen bereits existierende Infrastruktur, die unter anderem Netzwerke, Hard- und Softwarekomponenten, ERP-Systeme und oft auch selbstgeschriebene Applikationen umfasst, kann und soll nicht komplett ausgetauscht werden", betont Bull-Experte Ernst. Eine reibungslose Einbindung der vorhandenen IT-Infrastrukturen sei deshalb wichtiger Bestandteil jedes E-Business-Projektes. Erst wenn aus der Verbindung des geplanten E-Business-Geschäftsmodells mit der existierenden IT-Infrastruktur ein tragfähiges Konzept für die Zukunft entwickelt wurde, sollte im Unternehmen die Realisierung eines ersten Pilot-Projektes beginnen. Meist ist dieser Versuchsballon in einem Bereich angesiedelt, in dem sich durch eine elektronische Geschäftsabwicklung die größten Resultate erzielen lassen. Wie etwa im Ersatzteilverkauf: Schrauben, Leisten, Kleber oder Binder benötigen keinen großen Erklärungsbedarf und werden vom Kunden immer wieder benötigt. Auch ist die Wertschöpfung des Vertriebes in diesem Verkaufssegment zumeist verschwindend gering. Ideale Voraussetzungen für ein elektronisches Katalog- und Bestellsystem im Internet.

Wichtig für das einzelne Unternehmen ist es jedoch auch, den richtigen Zeitpunkt für eine Umstellung der Prozesse zu ermitteln. Ernst: „Es ist leichter und ungefährlicher auf einen langsam fahrenden Zug aufzuspringen, als auf einen, der schon mit Höchstgeschwindigkeit unterwegs ist." Den vollen Preis für die Reise zu zahlen und von Beginn an im Zug zu sitzen, rentiere sich eben auch nicht in jedem Fall.

„Sicher ist jedoch, dass der Markt der Zukunft neu sortiert werden wird und nur der daran teilhaben kann, der in der Lage ist, seine Transaktionskosten zu senken und seine Kunden an sich zu binden." Rasches, effektives und proaktives Handeln sei der Schlüssel zum Erfolg in der vernetzten Welt. Nur wer dies beherrsche, werde sich auch erfolgreich am Markt durchsetzen - in dieser Beziehung stimmt der Bull-Spezialist mit der Theorie des Evolutionswissenschaftlers Charles Darwin überein: Weder die größte, noch die stärkste, noch die intelligenteste Art wird überleben, sondern einzig diejenige, die sich am besten an die wandelnden Bedingungen anpasst. ❑

E-Business wird zum Alltag

Nach dem endgültigen Abschluss des 1997 gestarteten, umfangreichen Restrukturierungsprogramms setzt die Bull-Gruppe nun verstärkt auf Electronic-Business- und Internet-Aktivitäten. In den nächsten zwei Jahren erwartet das Unternehmen in diesen Bereichen eine Umsatzverdoppelung. Hans-Dieter Ernst, Chief Executive Officer bei Bull Zentraleuropa, erläutert im Interview mit dem MONITOR die Vorteile der entstehenden „Net Economy".

Nach der Trennung von wenig profitablen Geschäftszweigen - wie etwa der Beteiligung am amerikanischen PC-Hersteller Packard Bell - konzentriert sich ihr Unternehmen nun verstärkt auf die Themen der „New Economy". Welchen Vorteil liefert die strategische Neuausrichtung Ihren Kunden?

Die zunehmende Vernetzung der Welt bietet der Wirtschaft neue, effektive Möglichkeiten zur Kundenbindung und Prozessoptimierung, von denen auch die Anwender unserer Systeme und Lösungen verstärkt profitieren sollen. Wir sind heute in der Lage, unsere Kunden bei der Integration von E-Business-Strategien in ihre vorhandenen Strukturen und Prozesse kompetent zu unterstützen. Besonders durch Partnerschaften mit marktführenden Unternehmen wie SAP, Baan, Brokat oder Siebel und die herstellerunabhängige Herangehensweise der Bull-Gruppe an die Umsetzung von E-Solutions unterscheiden wir uns vom Wettbewerb und können für unsere Kunden „Best-of-Breed-Lösungen" realisieren.

Was verspricht sich die Bull-Gruppe von der Konzentration auf die Themen der New Economy?

E-Business-Projekte sind vor allem sehr komplex. Daher greifen Unternehmen bei der Planung und Realisierung derartiger Projekte weitestgehend auf externe Unterstützung zurück, da internes Know-how weitestgehend zu fehlen scheint. Dies hat Cap Gemini jetzt in einer Studie ermittelt. Danach realisieren nur 17 Prozent der befragten Unternehmen ihr E-Business-Projekt ausschließlich mit eigenen Ressourcen. Der Großteil der Firmen greift auf Management-Berater, Softwarehersteller oder Systemintegratoren zurück.

Diese Einschätzung unterstützt auch eine aktuelle Studie der Meta Group. Demnach werden die Unternehmen bis 2003 zunehmend Dienstleistungen im Rahmen von E-Business-Projekten in Anspruch nehmen. Wir können getreu unseres Slogans „net.confidence" dem steigenden Beratungsbedarf der Kunden besonders im Bezug auf sichere und hochverfügbare Lösungen der E-Economy gerecht werden. Gerade mittelständische Unternehmen, die sich von der rasanten technologischen Entwicklung häufig überrannt fühlen, können hier vom umfangreichen Know-how der Bull-Gruppe profitieren. Schließlich ist gerade in diesem Marktsegment Bedarf an E-Solutions noch enorm: Einer Studie des Marktforschungsinstituts TNS-Emnid zufolge wollen 94 Prozent der mittelständischen Unternehmen ihr Engagement im Online-Bereich verstärken. Im Vordergrund steht dabei die Nutzung des Internet für E-Business-Aktivitäten.

Wie genau unterstützen Sie Ihre Kunden bei der Realisierung derartiger E-Solutions?

Zunächst einmal ermitteln wir gemeinsam mit dem Kunden die eigentlichen Zielsetzungen der Lösung.

Wichtig hierbei ist, dass das umfassende Verständnis über die Komplexität und den Nutzen solcher Projekte unbedingt vor der Umsetzung stehen muss. Um den Kunden bei der Definition seiner E-Ziele zu unterstützen empfehlen wir vor der Implementierung einer - wie auch immer gestalteten - „E-Solution" immer einen umfassenden Workshop.

Dieser dauert in der Regel zwischen zwei und zehn Tagen. Besonders wenn die Ideen noch sehr abstrakt sind, ist eine solche umfangreiche Gesprächsrunde unerlässlich. Denn die zukünftige Geschäftsstrategie muss „rund" sein, damit keine unerwünschten Probleme auftreten. Deshalb binden wir in der Regel in unsere Workshops erfahrene Analysten mit ein. Nach ausführlicher Planung wird ein Pilotprojekt aufgesetzt. Erst nach dem erfolgreichen Abschlusses des „Piloten" setzen wir die anderen Bereiche der E-Strategie des Kunden Schritt für Schritt um.

Welche Chancen bietet die Net Economy den Unternehmen?

Das Potenzial, das die entstehende „Net Economy" den Unternehmen bietet, ist immens und wird zunehmend zum Überlebensfaktor. Beispielsweise müssen sich bei stagnierender Konjunktur und weitgehend verteilten Märkten die Geldinstitute verstärkt auch auf Marktsegmente konzentrieren, in denen noch neue Geschäfte möglich sind. Denn zunehmend werden die typischen Geschäftsfelder von Banken und Versicherungen via Internet von branchenfremden Unternehmen besetzt. Kreativität und Engagement sind deshalb für die Finanzdienstleistungsbranche ebenso gefragt wie innovative Lösungen zur Kundengewinnung, zur Erhöhung der Loyalität und zur

Umsatzsteigerung. So könnte sich die Kreditwirtschaft etwa das mangelnde Vertrauen der Konsumenten in die Sicherheitslösungen zu Nutzen machen, indem sie ihren E-Commerce-Kunden sichere Internetkanäle zur Verfügung stelle. Denn mittels inzwischen etablierter Sicherheitsverfahren wie HBCI (Homebanking Computing Interface) oder PKI (Public Key Infrastructure) bieten fast alle Geldinstitute heute schon Online-Banking-Services an.

Eine Erweiterung dieser Kanäle für den Einkauf in der virtuellen Welt ist da nur der nächste logische Schritt. Auf diesem Weg könnten interessante Partnerschaften zwischen Handel und Finanzinstituten initiiert werden, von denen beide Seiten profitieren. Außerdem kann das Geldinstitut aus den getätigten Käufen wiederum Rückschlüsse auf die individuellen finanziellen und wirtschaftlichen Bedürfnisse des Kunden ziehen und - selbstverständlich unter Berücksichtigung des Datenschutzes - entsprechende Angebote zur Kundenbindung entwickeln.

Steht dem Thema E-Business demnach tatsächlich eine goldene Zukunft bevor?

Dass die „Net Economy" - insbesondere im Business-to-Business-Markt bei der elektronischen Abwicklung von firmenübergreifenden Geschäftsprozessen - enorme Rationalisierungspotentiale bietet und deshalb unsere Wirtschaft grundlegend verändern wird, ist inzwischen unumstritten.

Im E-Business liegt meiner Meinung das größte Wachstumspotenzial der kommenden Jahre. Besonders ab 2004, wenn aller Voraussicht nach überall die notwendige Bandbreite zur schnellen Übertragung größerer Datenmengen zur Verfügung stehen wird, dürften die in sich und untereinander kommunizierenden Wertschöpfungsnetzwerke der globalen Wirtschaft das Bild der Wirtschaft bestimmen. E-Commerce und E-Business werden dann auf großen Teilen des Erdballs Alltag sein. ❑

Rund 5.000 Besucher informierten sich an den vier Messetagen über das vielseitige Angebot der 55 Aussteller im Technischen Museum.

Stefanie Witta

Interweb 2000:
Gutes Ausstellerangebot, schwache Besucherzahlen

Vier Tage Internet pur sollten es werden. Doch zuerst behinderten technische Probleme den Internetzugang und dann lockte strahlendes Wetter willige Messebesucher ins Freie. Insgesamt fanden nur halb so viele Menschen den Weg ins Technische Museum als der Veranstalter erwartet hatte. Während an den ersten beiden Messetagen lebhaftes Treiben in den Gängen herrschte und man sich in den Ständen in ernsthafte Fachgespräche vertiefte, zogen die Menschen an den Publikumstagen offensichtlich ein sommerlich warmes Wochenende im Freien vor. Nun war das Angebot an den Ständen ohnehin eher weniger dazu geeignet, privates Publikum zu unterhalten. Vielmehr ging es darum, wie Messebesucher mit unterhaltsamen Web-Auftritten die Kauflust ihrer Kunden wecken könnten.

Cooles Web-Design, schnelle und preisgünstige Internetzugänge für Firmen, Bausteine für kostengünstige Online-Shops, Werkzeuge für Fotobearbeitung und Videospots, verschlüsselte Zahlungssysteme und Projektmanagement für groß angelegte Internetanpassungen von Firmenstrukturen waren ebenso zu finden wie ergonomisch richtige Büromöbel für Bildschirmarbeiter und trendige Gehäuse für öffentliche Internetterminals. E-Business-Anbieter, Provider, Internetportale, Verlage und Agenturen kämpften um die Aufmerksamkeit der spärlichen Besucher.

Als Eye-Catcher erwies sich das „Auto-Büro“ von Mercedes. Das Internet-Portal betandwin.com zog die Blicke durch eine großzügig angelegte Standpräsentation auf sich und ließ hübsche Mädchen mit Bauchladen-Terminals nach Wettwilligen in den Gängen angeln. Adobe im unverkennbaren Messeauftritt hielt professionelle Präsentationen seiner beliebten Web Publishing Produkte GoLive 5.0, LiveMotion und Photoshop 6.0. Am Nachbarstand feierte Apple-Spezialist 1stmatrix web & IT-systems AG den Zusammenschluß der Apple-Systemhäuser IMS, Braintrain, Friends und Net-Consult. Mit einer breiten Palette von Dienstleistungen und neuesten Apple-Modellen im bestechend gestylten Design soll den Bedürfnissen der über 30.000 bestehenden sowie neuen Kunden entsprochen werden.

Gut besuchte Vorträge rundeten das Messeprogramm ab. Bis zum nächsten Jahr sollte das Konzept der heuer zum zweiten Mal stattfindenden Interweb eindeutig auf den B2B ausgerichtet werden, waren sich Aussteller und Messeveranstalter Nuts Creativ einig. Ob das Technische Museum tatsächlich der geeignete Ort für eine erfolgreiche B2BG-Internet-Messe ist, kann jedoch bezweifelt werden. Abgesehen von mangelhaften technischen Voraussetzungen fehlt es an Parkplätzen und schnellen Anfahrten mit öffentlichen Verkehrsmitteln. ❑

„Seitenwechsel“

Die Navision-Homepage erstrahlt in neuem Design.

„Mit dem neuen Layout führen wir eine Web-Site, die die Sprache des Mediums spricht.“ - Doris Spiegl, Marketing Manager und Web-Master von Navision Software Österreich präsentiert den Homepage-Relaunch

Die Homepage des ERP/E-Business-Anbieters Navision wurde nach neuen Erkenntnissen im Web-Design gestaltet. Das Ziel war eine rasche Orientierung für die Surfer, umgesetzt mit einer straffen Gliederung der dargebotenen Information.

Oberste Maxime: Das Ziel der Wünsche darf höchstens drei Mausklicks von der Startseite entfernt sein. Sollen mehrere Punkte zur Auswahl stehen, löst man das nicht mehr durch neue Seiten mit Inhaltsverzeichnissen, sondern mit Klappmenüs.

Die Homepage bietet neben Produktinformationen auch Fallstudien und Neuigkeiten aus der Navision-Welt. Das neue Design wurde von einer dänischen Web-Agentur entwickelt und weltweit gelauncht.

http://www.navision.at

Language Course Finder

Sprachschul-Datenbank im Internet

Für alle, die im Ausland eine Fremdsprache lernen möchten, gibt es jetzt die Webseite Language Course Finder. Diese online Datenbank unter http://www.language-course-finder.com enthält

- mehr als 5800 Institutionen,
- die in 80 Ländern
- die jeweilige Landessprache unterrichten - insgesamt 60 verschiedene Sprachen
- von Arabisch bis Zulu.

Der Language Course Finder ist frei zugänglich und in 22 Sprachen Verfügbar. Mit Hilfe der Suchmöglichkeiten der Webseite können Sie schnell und einfach die richtige Schule finden. Von einem Suchmenü werden Interessenschwerpunkte ausgewählt.

Die Webseite bietet zusätzlich detaillierte Informationen über zahlreiche Sprachprüfungen ebenso wie über Organisationen im Bereich Sprache und Bildung. Weiters finden sich hilfreiche Tipps und Tricks zum Fremdsprachenlernen. ❑

Internet-Marktplatz für den Anlagen- und Maschinenbau

Im Rahmen eines Joint Venture werden Babcock Borsig, mg technologies und die SAP-Tochter SAPMarkets einen globalen Online-Marktplatz für Unternehmen aus dem Anlagen- und Maschinenbau entwickeln und betreiben.

Der neue Marktplatz wird ec4ec (e-commerce for engineered components) heißen. Aufbauend auf dem mySAP.com Marketplace der SAP, bietet ec4ec optimierte Geschäftsprozesse rund um die Auswahl von Lieferanten und den Einkauf von Rohstoffen.

Das Funktionsspektrum deck den gesamten Beschaffungsprozess von der Beschreibung und Entwicklung neuer Produkte bis zur Auftragsabwicklung ab. Neben öffentlichen Bereichen werden den Marktplatzteilnehmern zum Schutz ihrer urheberrechtlichen Interessen geschlossene Sicherheitszonen zur Verfügung gestellt.

Über ec4ec können die beteiligten Unternehmen ihren Lieferanten zu Abstimmungszwekken Daten zu Entwicklungs- und Konstruktionsprojekten zugänglich machen, Auktionen und Ausschreibungen durchführen, auf Herstellerinformationen zugreifen und Bestellungen abwickeln.

Der elektronische Beschaffungsmarkt für den Anlagen- und Maschinenbau wird zunächst von den Gründungsmitgliedern Babcock Borsig AG und mg technologies ag genutzt. Daneben sind interessierte Unternehmen aller Größenordnungen eingeladen, sich als Investoren, Anbieter oder Abnehmer an diesem Branchenforum zu beteiligen.

Das weltweite Marktvolumen in dieser Branche beläuft sich auf über 800 Milliarden US-Dollar.

http://www.sap-ag.de/austria

INSERAT
HIGHSPEED
CABLING

Web-basierende Groupware-Applikation

Die Groupware-Anwendung Lotus QuickPlace 2.0 ermöglicht das Einrichten einer virtuellen Arbeitsumgebung im Web.

Ein Browser genügt, um mit allen Teammitgliedern zu kommunizieren, gemeinsam Dokumente zu bearbeiten oder umfangreiche Workgroup-Funktionalitäten zu nutzen.

Unternehmen aller Größenordnungen können ohne großen Aufwand im Internet mit Lotus QuickPlace 2.0 eine virtuelle Arbeitsumgebung einrichten. Diese innovative, Web-basierende Groupware-Applikation dient etwa als Plattform für zeitlich befristete Projekte, bei denen Mitarbeiter Dateien, Diskussionsbeiträge, Planungsunterlagen oder Arbeitsaufträge austauschen müssen. Mitglieder solcher Arbeitsgruppen verwenden für den Zugriff auf Lotus QuickPlace einen Web-Browser und können dann mit anderen Teammitgliedern kommunizieren und zusammenarbeiten. Lotus QuickPlace

wurde speziell für den Einsatz in organisationsübergreifenden und an unterschiedlichen Orten arbeitenden Projektteams entwickelt.

In der Version 2.0 bietet Lotus QuickPlace:

- Verbesserte PlaceTypes-Funktionen, mit denen sich bereits vorhandene Arbeitsumgebungen auf andere Projekte übertragen lassen

- eine „Themes"-Technologie, mit der sich Benutzeroberflächen und graphische Elemente wie Farben und Fonts individuell und vollständig an die jeweiligen Bedürfnisse der Teammitglieder anpassen lassen
- einen schnelleren und einfacheren Zugang zu Desktop-Applikationen wie MS Office 2000
- durch die Integration in Lotus Sametime die Möglichkeit der Echtzeit-Kommunikation
- eine neue Projektmanagement-Funktionalität, mit der sich Projektzeiten und Termine besser verwalten und steuern lassen und so die Produktivität von Mitarbeitern steigern.

http://www.lotus.at

Prepaid-Card zum Online-Shoppen

Ab 16. Oktober 2000 soll die paysafecard den Webshoppern - allen voran der Jugend - den Wunsch nach Ungebundenheit, Sicherheit und Freiheit beim Online-Shoppen erfüllen. Gestartet wird in Österreich, ab November gibt es das neue Zahlungsmittel dann auch in Deutschland.

Die paysafecard ist wirklich „Made in Austra" und funktioniert so einfach wie die Telefonwertkarte: Wertkarte zu 300,- (21,80 Euro), 500,- (36,34 Euro) oder 1.000,- (72,67 Euro) Schilling kaufen, in einem paysafe-zertifizierten Web-Shop das gewünschte Produkt oder die Dienstleistung aussuchen, den 16-stelligen PIN-Code eingeben und fertig ist der Einkauf.

Bezahlt wird ausschließlich der tatsächliche Einkaufswert. Der Kunde wird von Seiten paysafecard mit keinerlei Kosten belastet. Sollte der offene Betrag das aktuelle Guthaben der Karte übersteigen, kann der Restbetrag problemlos mit weiteren paysafecards beglichen werden.

Dieses neue Zahlungsmittel ist einfach zu handhaben und bietet außerdem noch Schutz der Privatsphäre, denn der Inhaber gibt keine persönlichen Daten preis und braucht nicht einmal ein Bankkonto. Entwickelt wurde die Karte von dem oberösterreichischen Unternehmen paysafecard.com Wertkarten AG in Zusammenarbeit mit IBM Österreich.

Das von paysafecard entwickelte Zahlungsmodell wird von IBM betreut. Das System besteht aus IBM RS/6000 Rechnern und einem Shark Storage System. Um den Kunden im WWW ein möglichst rasches

Diese Wertkarten sollen das Zahlen im Internet revolutionieren - auch Micropayment ist mit ihnen kein Problem

und einfaches Bezahlen sowie Abfragen ihrer Guthaben zu garantieren, stehen mehrere RS/6000 Rechner als Webserver für paysafecard-Kunden bereit. Alle Teile der Anlage sind redundant ausgelegt.

Zu kaufen wird es die Karte zum Beispiel in den Hartlauer Verkaufsstellen und in den Morawa-Filialen geben. Durch eine Kooperation mit der BAWAG werden auch die PSK-Filialen in dem Vertriebsnetz integriert sein.

http://www.paysafecard.com

Software AG: Brücke zwischen Microsoft und IBM

Middlewareprodukt TIEMA verbindet „Mainframe Welt“ mit Microsoft Betriebssystem

Die Software-Entwickler Microsoft und Software AG fixierten eine zukunftsträchtige Partnerschaft: Ziel ist die Integration von Anwendungen, die auf Windows 2000 beziehungsweise NT basieren, mit Mainframekomponenten, die sich auf das IBM-System OS/390 CICS stützen. Damit wird die Zusammenführung von „Old“ und „New Economy“ wesentlich erleichtert.

„Die Brücke zwischen der Windows-Welt und der OS/390-Umgebung von IBM stellt eine große Herausforderung für die IT-Branche dar. Es geht um die Verbindung zweier Welten, die für das E-Business von unschätzbarem Wert sein wird“, zeigt sich Walter Weihs, Vorstand der Software AG Österreich, von der Tragweite des Projektes begeistert.

Jedes „klassische“ Unternehmen, das in den Bereich des E-Commerce beziehungsweise E-Business vorstoßen möchte, steht zunächst vor einem Integrationsproblem. Große Mengen an Informationen, kritischen Geschäftsdaten oder Kundeninformationen sind bei Großkunden meist in einem Mainfraime-System gespeichert. Um nun unternehmensintern eine Kommunikation zwischen dem Mainframe und der Client-Seite zu ermöglichen und die Daten für das E-Business zur Verfügung zu stellen, müssen beide Seiten miteinander integriert werden: seit langem eine harte Nuss im IT-Business. Mit dem Middleware-Produkt TIEMA, in das die ganze Erfahrung der Software AG im Integrationsbereich einfließt, hat das deutsche Software-Unternehmen ein Produkt dafür entwickelt.

„Durch die Kooperation mit Microsoft haben wir einen wichtigen Spagat geschafft: Auf der einen Seite werden getätigte Investitionen in IT-Systemen geschützt, auf der anderen Seite schaffen wir eine kostengünstige Integration der beiden Welten Windows und Mainframe und ermöglichen somit eine erhebliche Erleichterung beim Einstieg in die ´New Economy´ „, fasst Marcus Schmauss, Marketing Manager bei der Software AG Österreich, die Bedeutung der gemeinsamen Lösung zusammen.

http://www.software-ag.at

INSERAT LEXMARK

Registrierungsstelle für Digitale Signatur

Die Telekom Austria hat die erste interne Registrierungsstelle für ihre Mitarbeiter eröffnet. Technologieprovider ist das Konzernunternehmen Datakom.

Digitale Unterschriften werden künftig im Bereich der elektronischen Kommunikation unabdingbar. Denn mit dem Anwachsen elektronischer Anwendungen wächst auch der Bedarf an rascher und zugleich sicherer Informationsübermittlung. Die Digitale Signatur „A-Sign" macht Botschaften eindeutig zuordenbar und Absichtserklärungen vertrauenswürdig.

Die Bestätigung der Authentizität eines Absenders ist die Digitale Signatur selbst; damit kann sich deren Inhaber gegenüber anderen legitimieren. Zudem kann mit „A-Sign" festgestellt werden, ob eine signierte Nachricht auf ihrem Weg zum Empfänger verändert wurde. Mit der Eröffnung der ersten Registrierungsstelle für digitale Zertifikate innerhalb des eigenen Unternehmens ist die Telekom Austria unter den ersten, die diesen zukunftsweisenden Sicherheitsstandard einführen. Möglich wird damit die Zugriffsberechtigung auf die interne EDV sowie die Zutrittsberechtigung zu bestimmten Räumen der Telekom Mitarbeiter mittels SmartCard, auf der ein persönlicher Schlüssel sowie ein Zertifikat gespeichert wird.

Um die SmartCard mit dem von der „certification authority" Datakom generierten Zertifikat zu erhalten, müssen sich die Personen anhand vorgelegter Dokumente bei der Registrierungsstelle authentifizieren.

http://a-sign.datakom.at.

Mainframe ans Internet

IT-Consult kooperiert mit Attachmate im Bereich Internet-Kommunikationslösungen.

Demnach setzt IT-Consult künftig das Attachmate Host-Publishing-System ein, um Mainframe Applikationen mit dem Internet zu verbinden. Neben der technischen Zusammenarbeit erstreckt sich die Kooperation auch auf Marketing und vertrieb.

In vielen mittelständischen und großen Unternehmen sind komplexe Anwendungen auf Zentralrechnern im Einsatz. Die Hard- und Software dieser Systeme wurde über Jahre hinweg unter hohem Kostenaufwand an die Unternehmensprozesse angepasst. Und das erfordert jetzt eine weitere, individuelle Anpassung an E-Commerce-Lösungen, um die Daten weiterverwenden zu können und die Investitionen zu schützen. Für Gerhard Wimmer, Geschäftsführer der IT-Consult GmbH, ermöglicht die Kooperation mit Attachmate die Implementierung von Web-to-Host-Applikationen mit geringem Aufwand: „Der Nutzer arbeitet mit modernen Palmtops, Laptops oder WAP-Handys mit Browser-Software und einer einheitlichen grafischen Web-Oberfläche. Der Anwender merkt hierbei nicht, das dieses System direkt mit einem Mainframe gekoppelt ist."

http://www.it-consult.at

Info-Portal billigerkaufen.com

„Österreichs größter online Shopping-Guide" - so die Eigendefinition - startet unter http://www.billigerkaufen.com

Zwei Pfadfinder auf dem Weg zum günstigsten Schnäppchen - Andreas Buchwald (r.) und Alexander Gottwald

„Wir bieten so etwas wie ein virtuelles Flugblatt," beschreiben die beiden Vorstände von billigerkaufen.com, Andreas Buchwald und Alexander Gottwald, die Ausrichtung. Konsumenten können auf dieser Homepage die günstigsten Angebote rund ums Thema Einkaufen finden und Preisvergleiche anstellen. billigerkaufen.com selbst ist völlig firmen-unabhängig und fungiert nur als Informationsdrehscheibe, aber nicht als Web-Shop. In naher Zukunft werden sich User ihr Portal auch personalisieren können. Anbietern (Händler und Dienstleister) soll die neue Web-Plattform zum Beispiel für die Präsentation von Sonderangeboten eine ideale Basis bieten. Das Anbieten von Produkten ist allerdings kostenpflichtig. Es stehen drei Packages zur Auswahl mit unterschiedlicher „Miet"-Laufzeit und Staffelung je nach Angebotsmenge. Kooperiert wird mit dem Telekommunikationsanbieter Schrack BusnessCom AG, der sich um den Vertrieb kümmert.

http://www.billigerkaufen.com

E-Payment

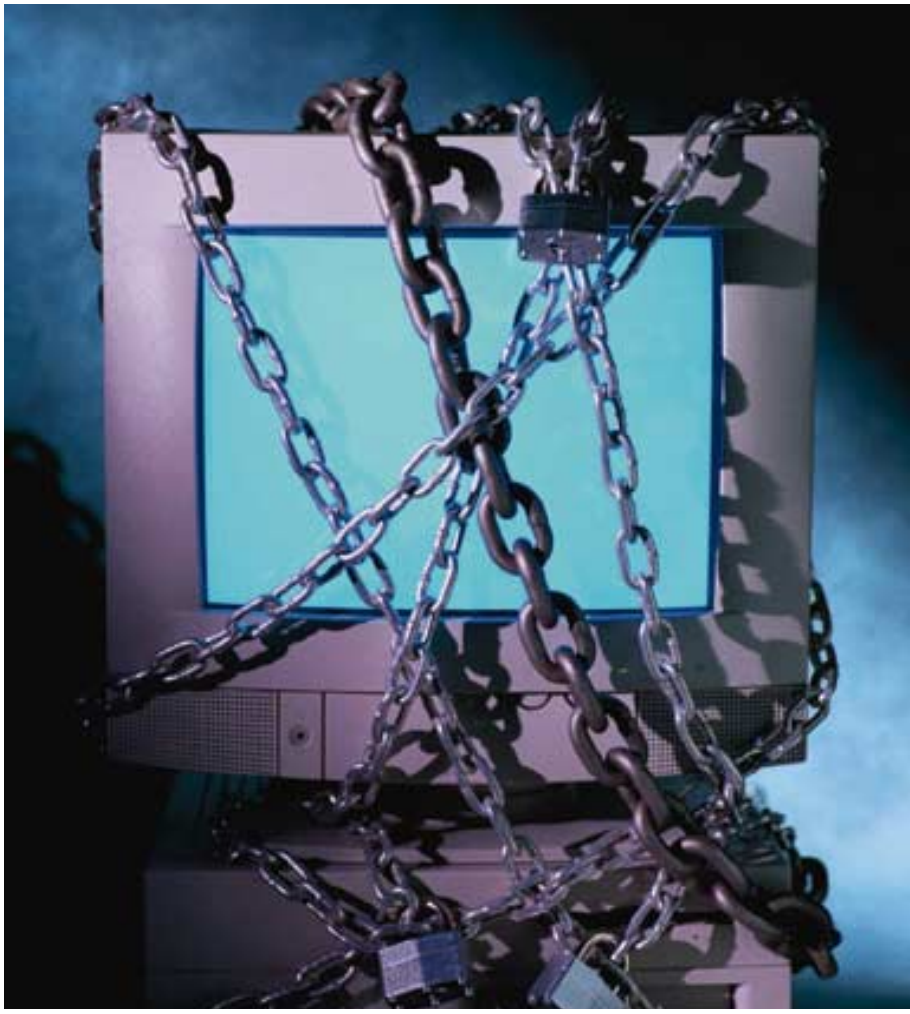
Ein wesentlicher Erfolgsfaktor für Shopping im Internet ist das Vertrauen der Kunden in die Datensicherheit der Zahlungswege.

Hier setzt das Münchner Unternehmen Wire Card an. Es verspricht ein Full-Service-Konzept, bestehend aus intelligenten Technologien und Finanzdienstleistungen, Datensicherheit und einem eben solchen Bedienkomfort. WireCard setzt auf Eigenentwicklungen, die den SET-Standard (für sicheres Onlinezahlen per Kreditkarte) „sowohl aus technologischer als auch aus wirtschaftlicher Sicht weit übertreffen" sollen. Als global agierender Finanzdienstleister werden Zahlungslösungen sowohl für B2B als auch B2C eCommerce-Plattformen angeboten. Wire Card bündelt dabei die gesamte Palette seiner Dienstleistungen zu einem kompletten Outsourcing des ePayments. Als Referenzen werden unter anderem Shopping-Plattformen namhafter Unternehmen wie German Parcel, film.de AG, Webwasher AG, iiyama, 12snap, CTS Eventim, oder die Beautyspy.com GmbH genannt.

http://www.wirecard.de

Mit zunehmender Vernetzung der Computer steigt auch die Wahrscheinlichkeit für ein einzelne System, von Eindringlingen „geknackt" zu werden. In Informationsveranstaltungen werden Gegenmaßnahmen diskutiert.

Adolf Hochhaltinger



Security: Die Gefahr wächst

In einer informativen, zweitägigen Veranstaltung der „Akademie für Recht und Steuern" präsentierten hochkarätige Fachleute die Welt der Computerkriminalität und die geeignetsten Schutzmöglichkeiten dagegen.

Den Anfang machte Ing. Thomas Mandl (Mandl IT Consulting); er begann bei der historischen Entwicklung der Cracker- beziehungsweise Hackerszene und ging auf die Frage ein, wer eigentlich hinter solchen Einbruchsversuchen steht.

Dabei sind vor allem zwei Gruppen zu orten. So gibt es einerseits die „Cracker Kids", die sich trotz relativ geringer Fachkenntnisse per Internet durchaus mit schlagkräftigen und wirkungsvollen Tools (Beispiel: das Visual Basic Script des „LoveLetter"-Virus) versorgen können, mit denen sich auch recht wirkungsvoll Schaden anrichten lässt. Sie präsentieren sich und ihre Werke auch unter meist recht dramatischen oder zumindest seltsamen Spitznamen (Nicknames) in den Newsgroups.

Andererseits gibt es auch noch den „professionellen" Cracker, der sich exzellent in den Computersystemen auskennt. Er kennt dessen Arbeitsweise - Netzwerk Protokolle, Hardware, Betriebssysteme, Schutzprogramme und deren Schwächen und Grenzen - bis ins Detail, beherrscht meist mehrere Programmiersprachen fließend und ist auch durchaus in der Lage, bei Bedarf jederzeit Hilfsprogramme für seine Zwecke selbst zu programmieren.

Vor allem aus dieser Gruppe rekrutieren sich die professionellen Eindringlinge, die im Auftrag von Interessensgruppen (oder auch von manchen Firmen) gezielt nach Informationen über ein bestimmtes Thema suchen. Das besondere Kennzeichen dieser Profis: Sie arbeiten möglichst im Verborgenen, und am liebsten ist ihnen, wenn ihre Tätigkeit überhaupt unbemerkt bleibt.

Dementsprechend gibt es auch über den Umfang und die Aktivitäten gerade dieser Gruppe nur (relativ ungenaue) Schätzungen und höchstwahrscheinlich eine hohe Dunkelziffer. Zum Abschluss wurde dem gespannt lauschenden Auditorium auch der genaue Ablauf einer professionellen Attacke an einem (fiktiven) Beispiel minutiös vorgeführt.

Wie greifen sie an?

Netzwerksicherheit war der Kernpunkt des nächsten Referenten, Dr. Christian Reiser vom Internet Service Provider KPNQwest (vormals EUnet). Er ging unter anderem auf die Problematik jener PCs ein, die via Standleitung beziehungsweise über ein vergleichbares Medium (TV-Kabel oder ADSL) ständig an das Internet angeschlossen sind.

Auch beschrieb er anschaulich, was alles bei einem großen Provider los ist, wenn eine Attacke wie jene des „LoveLetter"-Virus entdeckt wird und wie man seine Kunden generell vor solchen Bedrohungen (zumindest zum größten Teil) schützen kann.

Josef Pichlmayr (Ikarus Software) referierte über das Bedrohungspotenzial durch Viren,

Worms, Trojaner und ähnliche unangenehme Programme; wie sie sich Zutritt zum Rechner ihres Opfers verschaffen, wie sie im Detail funktionieren und wie man sich am besten davor schützen kann.

Auch die Arbeitsweise von Antivirus-Software wurde erläutert. Hier bleibt allerdings vor allem das regelmäßige Update des jeweils eingesetzten Antivirus-Programmes die wohl wirkungsvollste Waffe.

Verschlüsselung hilft

Univ.-Prof. Dr. Reinhard Posen erzählte über Kryptographietechniken, über digitale Signatur sowie über die Möglichkeiten, dem „Lauscher an der Leitung" (Fachausdruck dafür: „Middle Man") durch diese Methoden das „Mithören" praktisch unmöglich zu machen. Der zweite Anwendungsbereich - insbesondere der unsymmetrischen Verschlüsselungstechnologien (Merkmal: jeweils ein öffentlicher und ein privater Schlüssel, die einander ergänzen) - ist die Authentifizierung: Dabei kann durch mitgeschickte Prüfziffern, die aus dem geheimen Schlüssel errechnet wurden, klar bewiesen werden, dass ein bestimmter Text erstens tatsächlich vom angegebenen Absender stammt und zweitens auch wirklich völlig unverändert übermittelt wurde. Zu diesem Themenkomplex zählt allerdings auch, dass ein Anwender ein wenig mithilft. Beispielsweise, indem er zumindest „gute" Passwörter wählt - nicht gerade Vornamen von Familienmitgliedern, oder Kosenamen wie „Schatzi" oder „Mausi" oder „Schnucki", sondern möglichst „krumme" Passwörter wie z.B. „sd3lp2%&sk9", die sich nicht so leicht erraten lassen.

Außerdem sollte man auch die „Angriffsfläche Mensch" nicht unterschätzen. Oft versuchen Spione, einfach durch einen kurzen Besuch am Arbeitsplatz eine Mitarbeiters ein Passwort zu bekommen. Daher sollte man - wenn man seine Passwörter schon unbedingt notieren muss - diese Zettelchen möglichst immer in der Brieftasche behalten und keinesfalls am Arbeitsplatz aufbewahren. Auch sollte man sie tunlichst nicht unter die Schreibunterlage legen oder auf der Unterseite der Tastatur kleben. Gerade an diesen Orten sehen Spione (ebenso wie unbefugte, aber trotzdem neugierige Kollegen) meist zuerst nach - und werden in erschreckend vielen Fällen hier auch fündig. Auch das Notieren auf einem Aufkleber, der zum Beispiel direkt am Bildschirm oder an der Wand klebt, ist leider sehr verbreitet, aber trotzdem alles andere als ratsam.

Mandl IT Consulting, Ing. Thomas Mandl - er begann bei der historischen Entwicklung der Cracker- beziehungsweise Hackerszene

Organisierte Kriminalität

Ein weiterer Themenkreis war die organisierte Kriminalität. Hier hat beispielsweise die Ost-Mafia schon längst das Fälschen von Kredit- und Bankomatkarten in großem Stil als lukrative Einnahmequelle entdeckt.

Allerdings kann sich der Einzelne hier wirkungsvoll gegen unbefugtes Kopieren schützen, indem er beispielsweise seine Kreditkarte nie aus den Augen lässt. Wer im Hinterzimmer eines Ladens verschwindet, um die Transaktion einer Kreditkartenbezahlung durchzuführen, ist zumindest verdächtig.

Der zweite Tag der Veranstaltung galt vor allem den juristischen Themen. So wurde das Signaturgesetz und seine praktischen Auswirkungen ebenso behandelt wie etwa die Haftung des Unternehmens bei Sicherheitsmängeln oder die Konsequenzen von Rechtsverstößen im Internet.

Auch die heute möglichen technischen Überwachungsmöglichkeiten und -systeme sowie ihre Konsequenzen in arbeitsrechtlicher Sicht waren Thema eines Referates.

Zum Schluss wurde noch über die Kreditkarte als (inzwischen weitgehend sicheres) Zahlungsmittel im Internet berichtet. Hier wurden einerseits durch verschlüsselte Kommunikation („sichere" Verbindung) und andererseits durch die SET-Technologie (SET - Secure Electronic Transaction) ein Sicherheitsstandard erreicht, der einen Missbrauch der Kreditkartendaten durch Dritte weitgehend ausschließt. ❑

Weitere Information zu den einzelnen Themen beziehungsweise über einzelne Referenten sowie über zukünftige Seminarveranstaltungen: „ARS - Akademie für Recht und Steuern", Seminar- und Kongress VeranstaltungsgmbH, A-1010 Wien, Schallautzerstraße 4; Tel. +43-1-713 8024-0.

Cracker oder Hacker?

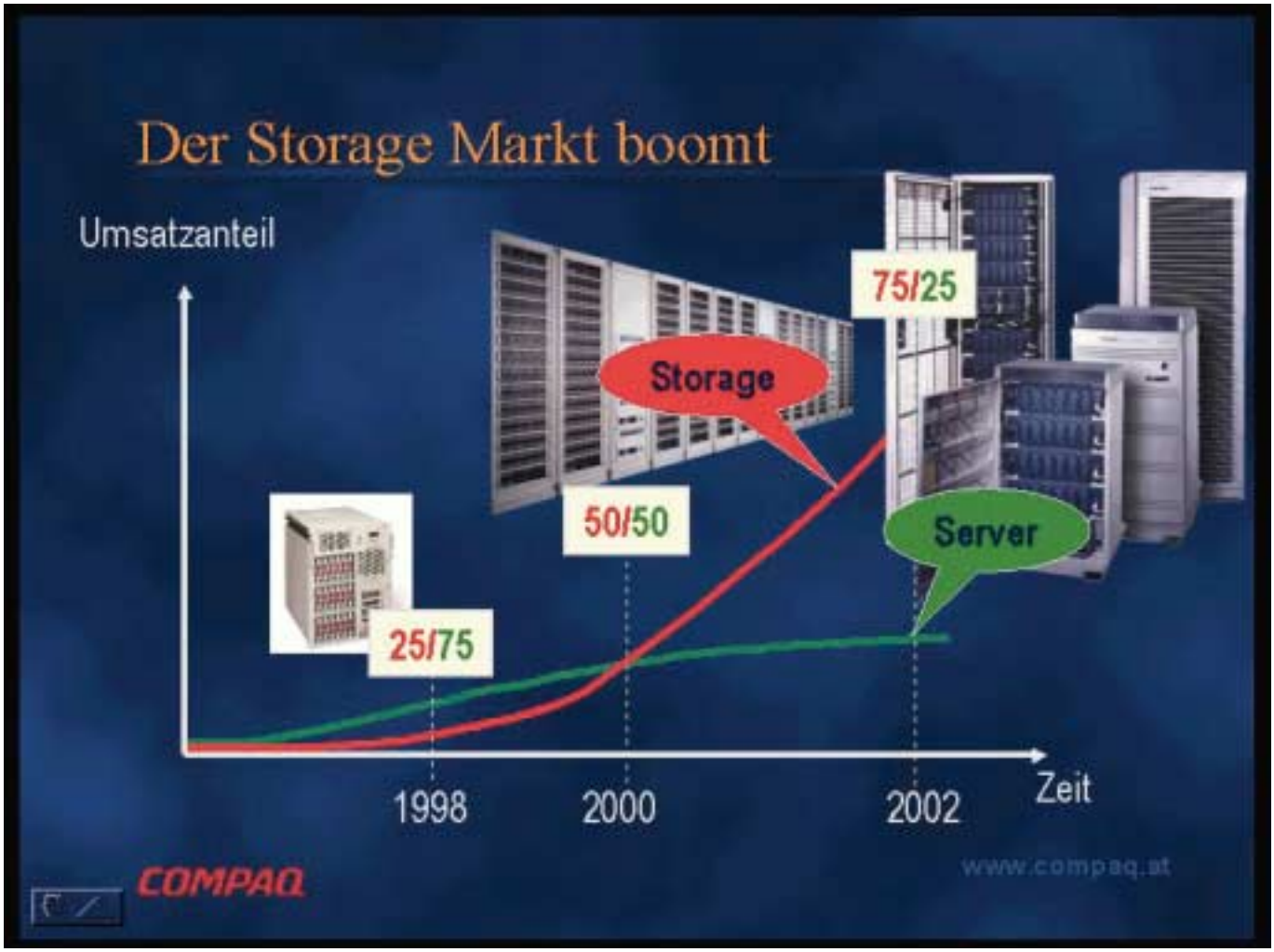
Anfangs, als das Internet noch zum größten Teil Spielwiese der Studenten auf den Universitäten war und private Anwender noch kaum Zugriff darauf hatten, war die Sprachregelung noch eindeutig: J ene hochkarätigen Fachleute, die eben - meist als Programmierer etc. - den ganzen Tag über in die Tastatur „hackten", waren „Hacker". Die „bösen" Angreifer hingegen, die versuchten, in fremde Systeme einzudringen, nannte man damals „Cracker". So weit - so gut.

Mit der zunehmenden Verbreitung des Internet begannen (meist recht junge) Anwender damit, für handelsübliche PC-Spiele und andere Anwendungsprogramme verschiedene Möglichkeiten zu entwickeln, mit denen sich die jeweilige Software schon als Gratis-Version auch ohne Kauf als „registriert" (und damit mit allen Features) betreiben ließ.
Häufigstes Ziel waren frei erhältliche Demoversionen von normalen Anwenderprogrammen, die beim Kauf mit einem (in der Regel per e-Mail übermittelten) geheimen Schlüsselcode freigeschaltet werden können. Diese meist als kleines Programm kolportierten „Cracks" wurden zunehmend per Internet verbreitet - damit aber wurde die Bezeichnung „Cracker" immer mehr zu einem Synonym für diese Gruppe fragwürdiger Spezialisten, die sich darauf spezialisiert hatten, solche Software „aufzumachen".

Um nun diese „Crack Kids" von den (meist professionell und verborgen arbeitenden) Eindringlingen in fremde Computernetzwerke zu unterscheiden, bürgerte sich für letztere immer mehr die Bezeichnung „Hacker" ein.

Dass sich dieses Wort ursprünglich auf „brave" Computerexperten bezogen hatte, ist inzwischen vor allem in vielen Tages- und Wochenzeitschriften schon längst vergessen - sehr zum Leidwesen der gesamten „alten Garde" hochqualifizierter Programmierer und Systemfachleute, die früher ihren gesamten Berufsstand bisher als (hochspezialisierte, aber völlig gesetzestreue) „Hacker" verstanden hatten.

Inzwischen hat sich - insbesondere in der Umgangssprache - dieser Wandel der Bedeutungen schon zum größten Teil vollzogen, das Wort „Hacker" ist inzwischen weitgehend für die „bösen" Eindringlinge eingebürgert und als „Cracker" wird meist nur mehr ein „Knacker" von Software bezeichnet.



Welche Storage-Lösungen können die zukünftigen Anforderungen erfüllen?

Die enorm wachsenden Datenmengen in heterogenen Serverumgebungen und die damit steigende Komplexität veranlasst viele Unternehmen sich auf die Suche nach neuen Wegen zu machen, um ihre Effektivität und Flexibilität zu steigern.

Ilse u. Rudolf Wolf

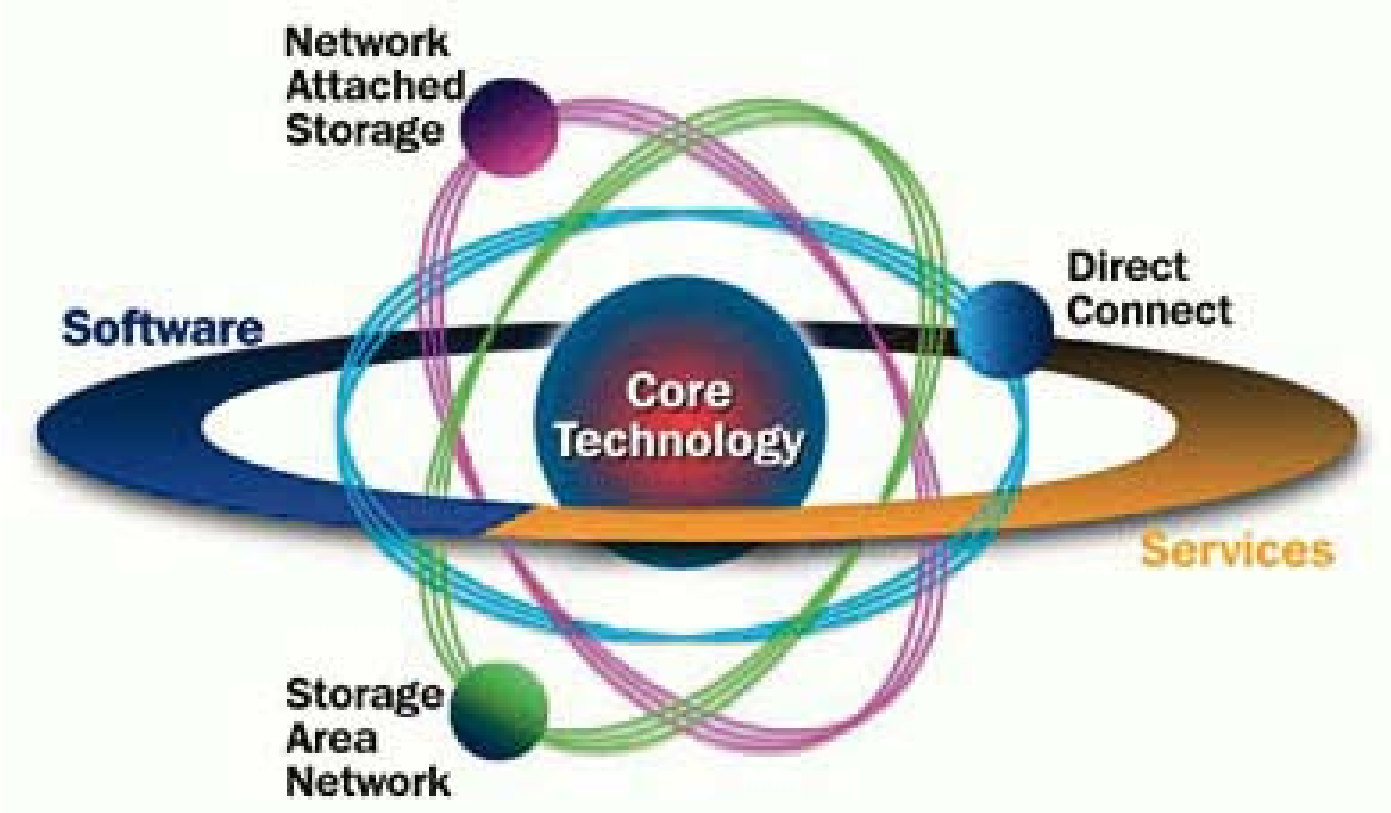
Die Gründe für die extrem ansteigenden Datenmengen sind neue internet-basierende, daten-intensive Anwendungen und eBusiness Applikationen. Durch die Entwicklung von großen Datenbankapplikationen, Data Warehouse und Data Marts, werden immer mehr Daten in immer größeren zentralen Datenbanken verwaltet. Die Konsequenz daraus ist, dass in vielen nach Wegen zur Vereinfachung der Verwaltung von Multi-Terabyte-Installationen gesucht wird.

Das „Wissen", d.h. die Kenntnis und richtige Auswertung von Daten, bringt entscheidende Geschäftsvorteile. Der gesamte Geschäftserfolg hängt in erhöhtem Maße von den eingesetzten Programmen und den enthaltenen Daten ab. Deshalb ist es wichtig, dass letztere stets rasch und zuverlässig abgefragt und im Fehlerfalle schnell wieder hergestellt werden können.

Verband man den Begriff „Storage" bisher in der Regel mit Platten- oder Bandlaufwerken, so bewegen sich die neuen Storage-Lösungen in Richtung „Verfügbarkeit von Information". Durch die Anbindung solcher Storage Lösungen über Fibre-Channel Architekturen werden Schlagwörter wie SAN (Storage Area Network), Verwaltbarkeit und Erweiterbarkeit in den Vordergrund gerückt.

Compaq's ENSA

Speicherintensive Unternehmensanwendungen wie E-Business oder ERP- und CRM-Systeme erfordern ortsunabhängigen, reibungslosen Zugriff rund um die Uhr und hohe Zugriffsgeschwindigkeiten, Voraussetzungen, die mit herkömmlichen Lösungen nicht mehr erfüllt werden können. Um eine 24 x 7 Verfügbarkeit zu garantieren ist hier die „Enterprise Network Storage Archi-



tecture“ (ENSA) die geeignete Lösung. Dieser Compaq Lösungsansatz für unternehmensweite Speicherlösungen geht davon aus, diese im Zusammenhang der gesamten IT-Infrastruktur zu betrachten. Dabei werden Enterprise Storage Strategien und Konzepte in enger Zusammenarbeit mit Kunden und Drittanbietern entwickelt, umgesetzt und gewartet.

ENSA zeigt eine neue und flexiblere Methode zur unternehmensweiten Speicherlösung auf. Server können über eine einzige Schnittstelle unternehmensweit beliebige Speicherressourcen ansprechen. ENSA von Compaq basiert auf Industriestandards und ermöglicht im ganzen Unternehmen verteilte Datenpools, die flexibel und hochverfügbar sind.

ENSA stellt das Speichern von Daten als „Service“ im Netz dar. Ein physikalisches Zusammenlegen der Speicher oder die Anschaffung von riesigen Speichertürmen gehört der Vergangenheit an. Statt dessen wird Speicher dynamisch je nach Verfügbarkeits- und Performance-Bedarf der Applikationen bereitgestellt.

Mit ENSA können neue Produkte und Technologien rasch in die bestehende Infrastruktur der Speicherlösung integriert werden. Ebenso können Ressourcen rasch umverteilt werden und so z.B. für neue Programme, erhöhten Leistungsbedarf oder einen neuen Server bereit stehen. Compaq ENSA ist deshalb einzigartig, weil es dem Anwender den von ihm geforderten Speicher in Bezug auf Kosten, Verfügbarkeit und Leistung anbietet - vom preisgünstigen File/Print Server für Arbeitsgruppen bis hin zu hochverfügbaren Datenbanken. ENSA beinhaltet z.B. eine Sicherheitsvorkehrung, um Daten mittels Replizierung zu schützen. Dadurch ereignen sich weit weniger Datenverluste, was teure Recovery-Aktivitäten verringert.

ENSA bietet Topologien, Tools und ein klares Bild der zukünftigen Speicherlösungen. Dabei wird Storage dem Anwender als zusätzlicher Service bereitgestellt. Der Benutzer kann, auf eine für ihn transparente Art und Weise, zuverlässig auf die benötigten Informationen zugreifen.

Mit der ENSA-Strategie bietet Compaq ein umfangreiches Portfolio an leistungsfähigen, flexiblen und skalierbaren Lösungen, die Speicherkapazität zu einer verteilten, gemeinsam nutzbaren Ressource im Unternehmen macht.

Dieses Portfolio wird laufend erweitert. Zum Beispiel hat Compaq seine RAID Array 8000 (RA8000) und das Enterprise Storage Array (ESA12000) mit umfassenden SAN Connectivity-Features für verteilte Speicherstrukturen unter verschiedenen Betriebssystemen erweitert.

Damit können Kunden zusammen mit der neuen Generation von Fibre-Channel-Switches ihre hochskalierbaren SANs (Storage Area Network) auf mehrere tausend Verbindungen konfigurieren. Die neuen Features gewähren höchste Fehlertoleranz durch eine vollständige Duplizierung unternehmensrelevanter Daten. Durch einfache Erweiterbarkeit und Kompatibilität zu Systemen anderer Hersteller ist ein langfristiger Investitionsschutz und damit Zukunftssicherheit garantiert.

Die Enterprise Storage Network Architektur bietet Kunden darüber hinaus eine klare Strategie, ein übersichtliches Management der im Unternehmensnetz verteilten Speicherressourcen und die Sicherheit für ihre Investitionen.

Fazit

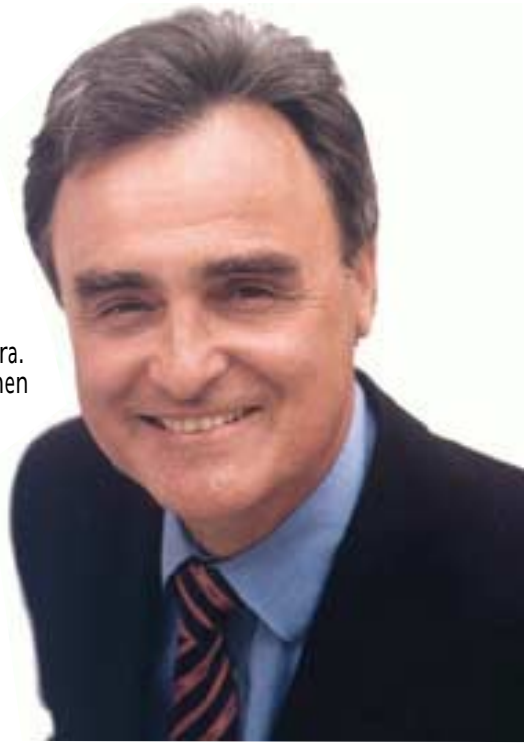
Storage Management wird immer komplexer. Daher müssen Sie sich fragen:

- Ist mein Storagesystem so entwickelt, dass es in eine bestehende Infrastruktur integriert werden kann?
- Entspricht mein Storagesystem den offenen, weltweiten Industriestandards?
- Können die Storagekomponenten modular meinen Bedürfnissen angepasst werden?
- Ist meine derzeitige Storagelösung plattformunabhängig?
- Kann ich mein Storagesystem selber zuverlässig verwalten und managen?

Nach dieser allgemeinen Übersicht über die ENSA-Strategie werden wir uns in der nächsten Folge näher mit der ENSA-Architektur - mit Schwerpunkt auf SAN (Storage Area Network) - befassen.

KPNQwest goes worldwide

KPNQwest ist einer der führenden europäischen Internet Service Provider für professionelle Anwender mit Niederlassungen in 15 Ländern. MONITOR sprach mit dem im Juni 2000 neubestellten Managing Director DI Franz Schiller über die aktuellen Pläne des Unternehmens - in Österreich und weltweit.



Di Franz Schiller, Managing Director KPNQwest

Was ist Ihr Aufgabengebiet bei KPNQwest?
Als Country Manager in einem multinationalen Unternehmen bin ich für unsere Aktivitäten im österreichischen Markt verantwortlich. Das umfasst die Repräsentatíon des Unternehmens nach außen hin, aber vor allem die Planung und Umsetzung der Ziele sowie die Verantwortung für die Budgets - in einer dynamischen Branche wie der unseren eine ständige und besonders spannende Herausforderung.

Auch die Integration der ehemaligen EUnet in die internationale Struktur von KPNQwest - ein Unternehmen, das ja europaweit bzw. weltweit agiert - bringt eine große Umstellung mit sich. Schon damit ist ja auch die langfristige Positionierung einen völlig andere als zuvor, als die EUnet noch ein lokal unabhängiger Serviceprovider war.

Wie würden Sie die Kernkompetenz von KPNQwest definieren?
Grundsätzlich sind wir nach wie vor in erster Linie Provider für IP Traffic. Das Unternehmen und unsere Marktposition haben sich allerdings durch die nun hinzugekommene eigene internationale Infrastruktur verändert.

Gerade jetzt steht ja unser europaweiter Glasfaser-Backbone, die EuroRings, kurz vor seiner Fertigstellung. Damit werden dann schon in Kürze 50 europäische Großstädte mit einer höchst leistungsfähigen „Datenautobahn" verbunden sein. Die Bandbreiten dieser Übertragungsstrecken werden sich im Terabit-Bereich bewegen. Damit wird zugleich der Grundstein für eine neue Leistungsdimension im exponentiell steigenden Internet-Datenverkehr gelegt.

Wann kommt zum Beispiel für KMUs ein zeitunabhängiger Zugang mit „flat rate" und auf welcher Basis?
Hier gibt bereits Produkte in unserem Portfolio, dies sind zur Zeit im wesentlichen zwei: „SuperNet" für normale Telefonleitungen, ein zeitlich nicht limitierter Zugang per Wählleitung mit 5 MB „Personal Webspace", sechs E-Mail Adressen, weltweiter Einwahl, usw., für den der günstige Telekom Online-Tarif anfällt, zu ATS 198,- monatlich (inkl. MWSt.). Auch eine eigene Domain ist hier möglich, sie kostet allerdings extra. Das ist speziell für kleine Unternehmen sehr interessant, die auf diese Weise zu sehr preiswerten Konditionen ihre Internet-Präsenz realisieren können.

Außerdem bieten wir mit ADSL-SuperNet dieses Produkt auf Highspeed-Basis an. Hier benutzen wir die Infrastruktur und die Leitungen der Telekom Austria, wir bieten dieses Service bereits heute überall dort in Österreich an, wo die Telekom Austria ADSL implementiert hat - ADSL-SuperNet wird also schon bald in den wichtigsten österreichischen Wirtschaftszentren verfügbar sein. Mit anderen Worten: Wir sind grundsätzlich in ganz Österreich mit ADSL aktiv.

Hier besteht doch generell die Möglichkeit, mittels „Voice over IP" auch Telefonie anzubieten - zumindest innerhalb von WANs?
Die Entwicklung geht sicherlich in Richtung „Voice over IP", wir sehen die Telefonie aber vor allem als zusätzliche Funktionalität, nicht als einzeln zu vermarktende Leistung. Für uns liegt das Hauptaugenmerk auf dem Datenverkehr.

Natürlich werden viele Unternehmen die Möglichkeit nutzen, über diese Datenwege auch eigene „Voice over IP"-Lösungen zu betreiben. Wir bieten Telefonie aber nicht als eigenes Produkt an und werden auch keine eigenen Voice-Systeme installieren.

Wie sehen Ihre Pläne für die nächsten Monate aus?
Unsere Kernstrategie ist auch in Zukunft, unseren Kunden solide und zuverlässige Breitband-Connectivity zur Verfügung zu stellen. Hierfür setzen wir die jeweils modernsten Technologien ein. Auch die schon erwähnten EuroRings sind ein Schritt in diese Richtung.

Weiter gehen wir hier voran, in dem wir unmittelbar auf diesen EuroRings großzügig dimensionierte, modernst ausgestattete und abgesicherte Datenzentren errichten, um den Kunden den direkten Zugang zum schnellen Datenverkehr zu ermöglichen - ohne Engpässe oder „Datenstaus".

So betreiben wir derzeit bereits zwölf Datenzentren, sogenannte CyberCenter, in Europa , außerdem planen wir in Kooperation mit IBM die Errichtung von 18 „MegaCyberCenters". Dies sind Datenzentren einer neuen Technologiegeneration und Größe, jedes mit einer Grundfläche von etwa zehntausend Quadratmetern. Das erste derartige Center wurde bereits Ende Juli dieses Jahres in München eröffnet, fünf weitere - Mailand, Paris, London, Frankfurt und Stockholm - sollen noch in diesem Herbst folgen.

Welcher der beiden Geschäftsbereiche ist denn generell der interessantere Bereich - das Hosting oder die Connectivity?
Im Augenblick ist eine höhere Übertragungskapazität ganz besonders gefragt, die müssen wir daher anbieten. In einem oder zwei Jahren kann es aber schon wieder ganz anders aussehen. Falls dann alle großen Carrier ihre Kapazitäten erweitert haben, liegt wieder mehr Gewicht auf dem Wholesale-Verkauf, der auch strategischen Wert besitzt.

Mittelfristig ist es aber nicht auszuschließen, dass sich die Geschäftsziele an das obere Ende der Wertschöpfungskette verlagern werden. Mit anderen Worten: in Richtung High End-Business-Angebote, Private Networks, sowie alle Arten von komplexen Solution- und Security-Dienstleistungen, bis hin zum Application Hosting. Generell sind wir in

Österreich im Geschäftsfeld Hosting bereits relativ weit fortgeschritten, wir haben hier ein bestens ausgelastetes Hosting Center in Wien. Hier forcieren wir auch ASP, wir haben bereits erste Pilot-Installationen laufen. Zum Aufbau einer professionellen ASP-Infrastruktur in Österreich haben wir übrigens eine strategische Kooperation mit Microsoft und Compaq abgeschlossen.

Diesen Trend zu hochwertigen Lösungen und bandbreitenintensiver Kommunikation wollen wir, was unsere Strategie betrifft, voll ausnützen. Langfristig wird wohl die Verbindung beider Bereiche - Hosting / ASP und Datentransport - von entscheidender Bedeutung sein.

Außerdem sind wir in Österreich - als einer von wenigen ISPs - erfolgreicher Anbieter im Solution-Bereich. Ich halte es für einen strategischen Punkt im Hinblick auf unsere „Value Chain", dass wir den Bedarf unserer Kunden auch in diesem Bereich abdecken können. So haben wir im Mai dieses Jahres simon media in Graz in unser Unternehmen übernommen - einen Betrieb, der nicht nur als ISP sondern vor allem als Lösungsanbieter höchst erfolgreich ist.

Der große Vorteil dieser Konstellation für den Kunden ist: er hat immer nur einen einzigen Ansprechpartner. Ein weiteres Kompetenz-Zentrum der KPNQwest Österreich ist die Internet Security; hier sind wir (nicht nur in Österreich) einer der führenden Anbieter. Wir haben eine erfahrene, hochspezialisierte Security-Abteilung. Das Leistungsspektrum beginnt bei einer einfachen Firewall und reicht über Schulungen für die firmenintern Zuständigen bis in den Lösungsbereich hinein.

Was war in Ihrer neuen Position das erste, was Sie sich vorgenommen haben?

Die Kern-Herausforderung ist, das Unternehmen EUnet, das als unabhängiger ISP-

Pionier begonnen hat, in einen multinationalen Konzern zu integrieren. Dafür wird es wichtig sein, dass sich unsere Mitarbeiter mit den internationalen Zielen und der neuen Organisation identifizieren, dass sie die neue Situation als Chance verstehen.

Diese Aufgabe muss vor allem so durchgeführt werden, dass die hervorragenden Menschen, die bei uns tätig sind, sich auch weiterhin wohlfühlen und auch bereit sind, die künftigen Herausforderungen anzunehmen. Außerdem werden wir, entsprechend dieser neuen Positionierung und mit dem Konzern im Hintergrund, stärker und mit einem erweiterten Leistungsspektrum in Richtung Großkunden gehen.

Wie sehen Sie KPNQwest in etwa einem Jahr?

Ein aus meiner Sicht durchaus realistisches Ziel ist sicherlich, im DSL-Bereich der führende Anbieter in Europa zu werden. Das ist beispielsweise eine große Herausforderung für uns, sie ist natürlich auch mit großen Investitionen verbunden.

Macht sich das auch beim Aktienkurs bemerkbar?

Derzeit hat unsere Aktie - ebenso wie viele andere - unter dem generellen Rückgang des Internet-Stock-Marktes gelitten. Das Papier liegt aber nach wie vor deutlich über seinem Ausgabekurs und ist jetzt wieder weiter auf seinem Weg nach oben. ❑

Herzlichen Dank für dieses Gespräch.
Das Gespräch für den MONITOR führte Adolf Hochhaltinger

COMNET
NETZWERK-Gesamtlösungen.
Ethernet,
Fast Ethernet,
Gigabit Ethernet, Token-Ring, FDDI, ATM, Frame Relay, ISDN, ...
Add On Services,
Network-Management,
Virtual Networks,
Hubs, Switches, Cabling,
WIR SIND akkreditierter Partner von
CABLETRON SYSTEMS
Inku Straße 1-7 • A-3400 Klosterneuburg • Austria • Tel. +43 (0)2243/90 300-0 • Fax +43 (0)2243/90 300-111 • office@comnet.at • www.comnet.at

Hewlett-Packard kombiniert leistungstarke Unix-Computerplattformen mit einem neuen Vertriebsmodell.

HP Superdome:
Hochverfügbare Serverlösungen für das E-Business

Die neuen Serverlösungen HP Superdome kombinieren Unix-Computerplattformen mit einem innovativen Vertriebsmodell, das Konfigurationsberatung, Systemtest und Feinabstimmung vor Auslieferung, ein nutzungsbasierendes Preiskonzept, zukunftssichere Technologien sowie aufgaben- und kundenspezifische Service- und Supportangebote beinhaltet.

Die Systeme orientieren sich an den Anforderungen anspruchsvoller Internet-Umgebungen sowie an den Bedürfnissen großer „dot.coms“, Service-Provider und anderer auf eine jederzeit verfügbare („Always on“) IT-Infrastruktur angewiesener Unternehmen. Sie sind mehr als doppelt so leistungsfähig wie die bisherigen Spitzenmodelle der HP 9000 V-Klasse und damit nach Überzeugung von Hewlett-Packard die schnellsten im Unix-Markt.

Superdome-Server sind sowohl hardware- als auch softwareseitig partitionierbar und setzen damit neue Standards für die Skalierbarkeit und Flexibilität von Hochleistungsservern. Virtuelles Partitionieren erlaubt es erstmals, bestimmten Applikationen während des laufenden Betriebs automatisch Rechenkapazität zuzuweisen oder zu entziehen.

Die HP Superdome-Architektur baut auf CPU-Zellen mit bis zu vier Prozessoren auf, die über ein schnelles Hyperplex-Backplanesystem miteinander verbunden sind. Derzeit werden Modelle mit 16, 32 oder 64 PA-RISC-Prozessoren des Typs HP PA-8600 - getaktet mit 550 MHz - angeboten, wobei sich je Prozessor bis zu 4 GB Hauptspeicher installieren lassen. Ein Superdome-Server im Vollausbau mit maximal 256 GB Hauptspeicher und 192 PCI-I/O-Steckplätzen wird im Industriestandard-Benchmarktest TPC-C voraussichtlich rund 200.000 Transaktionen pro Minute leisten.

Ausfallsichere Strukturen

Redundante sowie während des laufenden Betriebs auswechselbare Systemkomponenten und die Möglichkeit, innerhalb eines Systems ausfallsichere Strukturen zu realisieren, ergeben ein bisher nicht gekanntes Maß an Zuverlässigkeit und Verfügbarkeit. Die 16- und 32-Prozessor-Systeme sind in einem knapp 2 m hohen Schrank untergebracht; für ein 64-Prozessor-System werden zwei Schränke miteinander fest verbunden. Alle Systeme können unmittelbar nebeneinander aufgestellt werden und sparen so wertvolle Grundfläche im Rechenzentrum.

Die Server sind für den Einsatz von IA-64-Prozessoren vorbereitet und werden unmittelbar nach Verfügbarkeit entsprechender Intel-Prozessoren - voraussichtlich Mitte 2001 - unter vier verschiedenen Betriebssystemen simultan lauffähig sein: HP-UX, Linux, Windows NT/2000 und MPE/iX. Heute bereits ist es möglich, unterschiedliche Versionen von HP-UX auf einem System

zu betreiben. Optimiert ist das System für die jüngste Unix-Version von Hewlett-Pakkard, HP-UX 11i.

Nutzungbasierende Finanzierungsmodelle ermöglichen es den Kunden erstmals, exakt die Rechenleistung zu beziehen und zu bezahlen, die sie gerade benötigen. HP führt damit das erfolgreiche ICOD-(Instant Capacity On Demand-) Modell in erweiterter Form („Utility Pricing") fort. Die Steuerung der Kapazität und der Partitionierung erfolgt über die Netzwerk- und Systemmanagement-Softwaresuite HP OpenView.

Neue Vertriebsstrategie

Auch in der Vertriebsstrategie geht HP mit Superdome neue Wege. Bereits für die ersten Gespräche mit einem Interessenten wird ein Solution Manager bestimmt, der über sämtliche Lebenszyklusphasen hinweg - von der Projektierung über die Konfiguration und den Test vor Auslieferung bis hin zur Implementierung und darüber hinaus im Regelbetrieb - Ansprechpartner und Anwalt des Kunden bleibt. Seine Aufgabe ist es sicher zu stellen, dass der Anwender im Sinne einer „Total Customer Experience" jederzeit optimal betreut wird.

Superdome-Server sind nicht als Hardware oder Plattform allein sondern nur in Verbindung mit aufgabenspezifischen Service- und Support-Paketen verfügbar. Derzeit werden drei Bundles angeboten, die sich im wesentlichen durch die Reaktionsweise im Problemfall unterscheiden.

Die „Foundation Configuration" ist für Anwendungen konzipiert, die nicht unternehmenskritisch sind oder bei denen der Anwender selbst über ausreichende eigene Service- und Support-Ressourcen verfügt. Hier ist eine Antwortzeit von vier Stunden spezifiziert.

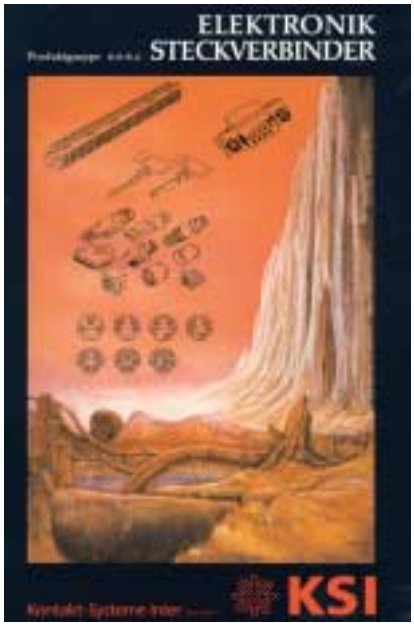
Die „Critical Systems Configuration" dagegen sagt eine Reparaturzeit von maximal sechs, die „Business Continuity Configuration" sogar von nur vier Stunden zu. Dazu kommen jeweils maßgeschneiderte Beratungs-, Schulungs- und Finanzierungsangebote. HP Superdome-Installationen sind also immer kundenspezifisch und entstehen in enger Zusammenarbeit mit dem Anwender.

„Die Leute werden in Hinkunft Kapazität und Service kaufen, nicht einen ‚Server'" - Rob Biggin, HP European Marketing Director

http://www.hp.com/austria

Neuer Steckverbinder-Katalog

Die Firma KSI hat eine neu überarbeitete Auflage ihres „Elektronik-Steckverbinder 6.0"-Kataloges herausgebracht.



An Kunden und Interessenten wird der Katalog kostenlos abgegeben. Anforderungen per Tel. 01/610960, per Fax 01/6109643 oder über die Homepage www.ksi.at.

Der Katalog bietet Ihnen wieder einen breiten Überblick mit Schwerpunkt Steckverbindergruppen, die hauptsächlich in der Elektronik und EDV verwendet werden.

Die Artenvielzahl reicht von Miniatur-Rundsteckern, über SCSI-, D-Sub- bis zur DIN 41612 Steckerfamilie. Es wurden auch viele neue, moderne Steckerfamilien aufgenommen. Sie finden alle Typen von Telefon- und Computersteckern (bis CAT5e), aber auch gesuchte „-Oldies", wie DIN 41617, DIN 41618 und DIN 41622.

Parallel zum gedruckten Katalog können Sie den Kataloginhalt auch auf der Homepage (http://www.ksi.at) einsehen. Durch tägliche Ergänzungen ist der Internet-Katalog immer am aktuellen Stand.

Das Titelbild der gedruckten Ausgabe ist künstlerisch gestaltet und behält die typische KSI Linie bei. Der Teilbereich „Stkckverbinder für die Elektronik und Datenverarbeitung" umfaßt vier Kataloge, die laufend ergänzt werden. Die Preisliste gibt es als Diskette.

Telefonservices für Unternehmen

Atello Telecom Services lässt Unternehmen billiger telefonieren.

Atello agiert völlig unabhängig von Netzbetreibern als Telekom-Broker und Service-Provider. Ausgehend von der jeweils speziellen Kundensituation werden auch maßgeschneiderte Telekom-Lösungen angeboten.

Angeboten werden klar strukturierte, sekundengenaue Abrechnungen. Auf Wunsch ist auch ein Einzelgesprächsnachweis möglich.

Zu den wichtigsten europäischen Ländern wie Deutschland, Frankreich, Italien, Großbritannien sowie in die USA telefoniert man um 1,74 ATS inkl.MwSt. Zu den Referenzen zählen unter anderem ADEG, Austrowaren, Hill Woltron, Voith, Zgonc. Atello ist Partner von Vianet und Schrack Business Com.

http://www.atello.at

Tivoli sucht Partner

Das Systemmanagement wird durch neu zu integrierende Komponenten wie Palmtops und neue Anwendungen wie ASP immer komplexer. Tivoli ist daher auf Partner angewiesen, welche die Produkte nicht nur einsetzen, sondern auch vertikal vermarkten können.

Achim Scharf

ThyssenKrupp Information Services (TKIS) und Tivoli Systems werden in großem Stil kooperieren. So wird TKIS Management-Software von Tivoli im Outsourcinggeschäft, bei seinen Managed Services und in der Systemintegration nutzen sowie Tivoli-Lizenzen weltweit verkaufen. Rund 100 Mitarbeiter werden zu zertifizierten Tivoli-Consultants ausgebildet.

Bereits 1994 hat der mit Stahl groß gewordene deutsche Konzern Thyssen den Bereich Informatik ausgegliedert, mit der Fusion Krupp (ebenfalls Stahl) und Thyssen wurde die TKIS gegründet, die bereits mehr als 60 Prozent des Umsatzes mit externen Kunden macht. „Der Trend geht auch in der Old Economy eindeutig in Richtung Dienstleistungen, besonders im deutschen Ruhrgebiet“, stellt dazu Ton J. Deutz, Direktor Computing & Telemanagement bei TKIS, fest.

Mit Umsätzen von über 800 Millionen Mark mit mehr als 3000 Mitarbeitern gehört die TKIS zu den führenden internationalen, unabhängigen Systemhäusern mit einem Full-Service-Angebot für IT-Dienstleistungen in vier Sparten, die jeweils spezifische Märkte bedienen. ThyssenKrupp Information Systems und HiServ für Industrielle Märkte, Xtend für den Bereich Neue Medien, ThyssenKrupp Health Care Services für den Gesundheitsmarkt und Krupp Timtec Telematik für den Logistik-Markt. „Wir sind traditionell stark im medizinischen und chemischen Bereich, weiterhin haben wir viel Erfahrung im Betrieb von SAP R/3“, so Deutz.

Neues Standbein ASP

ThyssenKrupp Information Systems und Hi5Serv sind auch führender Anbieter von Application Service Providing (ASP) und mit über 450 betriebenen Systemen einer der größten SAP R/3-Dienstleister Europas. Dabei können beide Unternehmen auf eigene Großrechenzentren in Dortmund, Frankfurt und Krefeld, New Jersey sowie Singapur zurückgreifen, die hochverfügbar sowie redundant ausgelegt sind und einen globalen 24-Stunden Betrieb an jedem Tag im Jahr bieten. In Wien gibt es eine Niederlassung.

„Wir sehen in ASP und Webhotels eine große Chance, auch den Mittelstand zu erreichen. R/3 im ASP-Modus wird schon in Vorstandsetagen diskutiert und Oracle wird seine Financial-Anwendungen auf diesem Weg anbieten, so dass es auch für kleinere Unternehmen wirtschaftlich interessant wird, diese mächtigen Softwarepakete zu nutzen“, meint Deutz.

Der Startschuss für das erste ASP-Projekt fiel 1997 im Auftrag des Kunden Thyssen Aufzüge. Verteilt über ganz Deutschland sollten 600 User via ASP auf die Programme Windows Office und SAP-Anwendungen zugreifen können, die im Datencenter zentral abgelegt werden sollten. Da das ASP-Angebot konzernintern sehr gut genutzt wurde und die Nachfrage weiter stieg, wurden die Ressourcen Zug um Zug ausgebaut. Ende 1999 hat sich TKIS dann entschlossen, auch auf dem freien Markt als ASP-Dienstleister aufzutreten.

Als Basis für die heutigen ASP-Dienste nutzt TKIS zehn Server des Typs ProLiant 5500 mit der neuen Citrix MetaFrame-Software, die im Laufe der Zeit durch Produkte anderer Hersteller ergänzt wurden. Die ProLiants sind mit vier 550 MHz getakteten Pentium III Xeon-Prozessoren bestückt, verfügen über zwei GB RAM und sie beherbergen drei RAID-Platten mit einer Gesamtkapazität von 27 GB sowie einer „Online-Spare“-Platte im Hot-Standby. Den Schwerpunkt der Server-Landschaft im „Data Center“ bilden insgesamt über hundert ProLiant Multiprozessor-Systeme in den verschiedensten Ausführungen. Um für unternehmenskritische Anwendungen einen maximalen Grad an Verfügbarkeit zu erreichen, setzt TKIS auch Compaq-Nonstop-Systeme sowie Spiegelungsverfahren ein.

Zu den Standard-Applikationen, die das Unternehmen heute im eigenen Data Center anbietet, gehören MS Office-Produkte, Novell Groupwise, ERP-Systeme wie SAP und Baan (jeweils über Graphical User Interface) sowie das Dokumenten-Management-System Documentum. Als Datenbanken stehen u.a. Oracle, Informix, DB2 und RDBMA zur Verfügung. Die Kunden können auch selbst entwickelte, spezifische Programme Multiuserfähig installieren.

„Wir sehen in ASP und Webhotels eine große Chance, auch den Mittelstand zu erreichen“, meint TKIS-IT-Chef Ton J. Deutz
(Foto: Achim Scharf)

Neben dem reibungslosen Betrieb des ASP-Daten-Centers sind leistungsfähige WANs und LANs die zweite wichtige Komponente für den zentralen Betrieb von Applikationen über ASP. TKIS betreibt dafür ein flächendeckendes WAN und Internet-Backbone; auf Kundenwunsch können auch die Bereitstellung und der Betrieb von LANs an den Kundenstandorten übernommen werden.

Die Abrechnung erfolgt über unterschiedliche Modelle und nach abgestuften Service Level Agreements; üblich sind monatliche Flatrates pro User oder eine nutzungsabhängige Erfassung der Gebühren nach Anzahl der User. Der wirtschaftliche Reiz, alle Applikationen aus der Steckdose zu beziehen, liegt in erster Linie in der Ersparnis von Infrastruktur und Personal, was auch die derzeit sechs Kunden mit zirka 3.000 Arbeitsplätzen für ein Application Service Providing motiviert hat. Dazu kommen der Zeitgewinn durch die schnelle Verfügbarkeit der Anwendungen und die eingesparte Maintenance. Der Fullservice für den Kunden umfasst eine Consulting- und Implementierungsphase sowie den Betrieb inklusive Überwachung und Qualitätssicherung aller ausgewählten Kundensysteme rund um die Uhr. Das kundenspezifische Produktionssystem beinhaltet die Bereitstellung von MS Windows Terminal und Citrix MetaFrame-Servern mit den erforderlichen Software-Lizenzen. Im Rahmen des Applikation-Managements werden Standard-Anwendungen bis hin zur Einrichtung von Netzwerkdruckern zur Verfügung gestellt und mit Updates regelmäßig aktualisiert. Auf Kundenwunsch ist die individuelle gewohnte Desktop-Gestaltung und Programmumgebung realisierbar. Die logistische Zentrale für die Steuerung komplexer Geschäftsprozesse ist das Tele Management Center (TMC) in Krefeld. „Wir brauchen starke Partner wie TKIS, denn allein können wir die Möglichkeiten des Marktes nicht ausschöpfen“, bekräftigt denn auch Tivoli-Europachef Ingolf Ruh.

http://www.tivoli.com

Gratis - und wer bezahlt's?

Da hat sich in wenigen Jahren die gesamte Sichtweise einer Branche verändert. Sahen sich die Internet Provider anfangs als Erbringer einer technisch hochqualifizierten Leistung, für deren Nutzung der einzelne Anwender eben zu zahlen hatte, wollte er den Zugang ins Internet haben, so hat sich der Standpunkt der meisten Provider inzwischen wesentlich geändert.

Adolf Hochhaltinger

Heute verstehen sich die Provider immer mehr als Vermittler von Information über eine Ware oder eine Leistung - Informationen, die jemand zum (potenziellen) Kunden transportieren möchte. Eine solche Information darf den Empfänger allerdings ebensowenig Geld kosten wie einer jener Werbeprospekte, die man immer wieder im Briefkasten findet.

Auch hier ist die Verteilung der Information zwar durchaus eine Dienstleistung, sie wird aber trotzdem niemals vom Empfänger bezahlt. Im Gegenteil: immer mehr Firmen sind daran interessiert, an Stelle der relativ teuren Printwerbung (Prospekte, Kataloge oder Flugzettel) andere Medien für die Verteilung ihrer Produktinformationen einzusetzen, und darunter eben auch in zunehmendem Maße das Internet.

Schon heute informieren sich in manchen Branchen über die Hälfte der Kunden zuerst per Internet über ein Produkt, bevor es bestellt wird - Tendenz steigend.

Ein Sprichwort sagt: „Mit dem Essen kommt der Appetit", mit dem Surfen kommt (beziehungsweise wächst) die Lust auf das Bestellen einer Ware. Weiß man allerdings, dass jedes Blättern in einem der virtuellen Kataloge Geld kostet, so wird sich der „virtuelle Einkaufsbummel" wohl in recht engen Grenzen halten. Fazit: Keine Kosten für das Surfen!

Der (zumindest was eine Bezahlung des Providers betrifft) kostenlose Internet-Zugang ist also ein Gebot der Stunde, soll sich das Benutzen des Mediums Internet nicht auf wenige, sorgsam geplante Stunden in der Woche beschränken. Denn dann droht statt der unendlichen Vielfalt des „World Wide Web" für den Einzelnen, der beim Surfen auf die Geldbörse achten muss, die provinzielle Enge digitaler Hausmannskost.

Gerade für private Anwender wäre somit ein schneller Zugang ohne Zeitgebühr höchst interessant, wie er beispielsweise über das Fernsehkabel von einigen Providern (allerdings leider nicht in ganz Österreich, sondern nur in einigen, ausgewählten Bereichen) angeboten wird. Dann werden sich auch das Nutzerverhalten und die Surfgewohnheiten jedes einzelnen privaten Anwenders gewaltig ändern.

Filme als Motor

In den nächsten Jahren rechnen Fachleute nämlich mit einer weiteren dramatischen Zunahme der Übertragungskapazitäten, und sobald eine schnellere Leitung bis in die Haushalte reicht, beginnt das Massengeschäft: Jedermann kann sich dann - gegen eine geringe Gebühr, versteht sich - Musikstücke, Videos und Filme seiner Wahl aus dem Internet herunterladen. Damit erschließt sich für dieses (nicht mehr ganz neue) Medium nun ein wahrhaft gigantischer Kundenkreis: All jene, denen das fixe Abonnement von Filmkanälen mit dem festen Monatsbeitrag (wie zum Beispiel Premiere, Film Club, etc.) wegen einiger weniger Filme, die man tatsächlich sehen will, zu unwirtschaftlich erscheint, können sich in Zukunft auf diesem Weg ohne Abonnement und ohne den Abnahmezwang einer „Mindestmenge" (ab welcher erst ein solches Abonnement wirtschaftlich wird) in Zukunft einen beliebigen, einzelnen Film zu dem Zeitpunkt ansehen, den sie selbst für passend erachten. Das geschätzte Volumen dieses Marktes übersteigt wohl fast alles, was bisher an Filmen und Videos verdient wurde. Verständlich, dass auch diese (finanziell ziemlich potenten) Anbieter der Filme in höchstem Maße daran interessiert sind, dass auch wirklich jeder potenzielle Kunde möglichst schnell über einen preiswerten Zugang zum Web verfügt. ❑

Pürk Computer Technik | Dienstleistungen und Produkte | Händlerbereich | Angebot der Woche | Public Relations | Links & more | Info

Professionelle Überlegenheit + Raffinierte Kompetenz Computertechnik

Strukturierte Verkabelungen - Netzwerke - aktive & passive Komponenten - FunkLAN - PC & Server - ISDN & VDSL - Telefonanlagen - Sicherheit für Sie & Ihr Netzwerk - Planung & Einrichtung - individuelle Komplettlösung - Home Office - Facility Management - Dienstleistung nach Maß - namhafte Partner

http://www.puerk.com Hietzinger Kai 169, 1130 Wien Tel. 01/876 91 76 Email: info@puerk.com

„Global Player“ für Security

Integralis, vormals Articon, verstärkt seine Präsenz in Österreich und bietet ein umfassendes Sicherheits-Portfolio an.

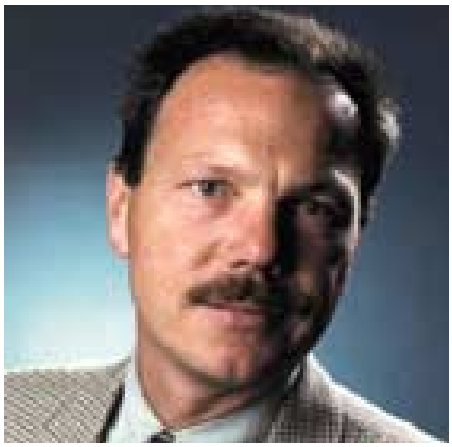
Die Articon-Integralis Gruppe, europaweit unabhängiger Anbieter von IT-Sicherheitslösungen, hat ihr Endkundengeschäft unter dem Markennamen Integralis zusammengefasst. Diese Namensänderung wurde jetzt auch in Österreich wirksam - nachdem bereits im Frühjahr die deutsche Articon Information System AG mit der britischen Integralis Ltd fusioniert hatte. Es soll dadurch eine einheitliche Dachmarke geschaffen werden, unter der multinationalen und regional tätigen Endkunden leistungsfähige Sicherheitslösungen angeboten werden.

Integralis realisiert weltweit Sicherheitslösungen für multinationale Konzerne und regional tätige Anwenderunternehmen. Zum Angebot gehören unter anderem Lösungen zum Schutz auf Netzwerkebene wie Firewalls und VPNs, Authentisierungssysteme, Intrusion Detection, System- und Content-Security sowie PKI-Lösungen, einschließlich Beratung, Implementierung, Systemintegration und technischer Unterstützung. Ergänzt wird der Leistungsumfang durch die Managed Security Services.

Für DI Johann Wagner, Integralis Country Manager Österreich, steht dabei das Security-Projektmanagement im Mittelpunkt. „Security ist viel mehr als Virenscan, Firewall und Zertifikate. Integralis bietet vom Sicherheitsaudit bis zum kompletten Security-Outsourcing die gesamte Bandbreite an produktunabhängigen Sicherheitslösungen an.“

Ein besonderer Service von Integralis sind Managed Security Services. Im Zeitalter von B2B und B2C wie Supply Chain Management via Internet, Online-Trading und Internet-Banking gewinnt die kontinuierliche Kontrolle der externen Datenkommunikation immer mehr an Bedeutung. Doch nur wenige Unternehmen verfügen über eine 24-Stunden Überwachung. Hinzu kommt, dass internen IT-Spezialisten oft das Know-how fehlt, um mit Sicherheitsproblemen angemessen umzugehen. Deshalb legen immer mehr Unternehmen den Betrieb und die Überwachung ihrer Sicherheitslösungen in die Hände externer Anbieter, sogenannter Managed Security Services.

Das bestätigen auch die Marktforscher. So sagt beispielsweise IDC dem Markt für Managed Security Services im Jahr 2002 ein Volumen von 1,3 Milliarden Dollar voraus (1998: 400 Millionen Dollar). Integralis kann sich in Europa auf ein Netz von 15 Niederlassungen in Deutschland, Großbritannien,



„Wir bieten unseren Kunden komplette Sicherheitslösungen. Neben den technischen Fähigkeiten können wir dabei vor allem Erfahrung und professionelles Projektmanagement einbringen.“ - Günter Fuhrmann, Vorstand Articon-Integralis

Frankreich, Österreich, in der Schweiz sowie in der Tschechischen Republik stützen. Durch eine erste Niederlassung ist Integralis seit kurzem auch im wichtigen US-Markt vertreten. Weltweit stehen drei Security Control Center rund um die Uhr für die Kunden bereit. *(dat)*

http://www.integralis.at

Mobiles Büro der Zukunft

Nokia erweitert mit dem Nokia 9110i Communicator seine Angebotspalette um ein mobiles multifunktionales Gerät mit integriertem Internet- und WAP-Browser sowie zahlreichen neuen Features.

Der 9110i Communicator ist die neue Version des Handy-integrierenden Organizers von Nokia

Mit dem 253 Gramm leichten Nokia 9110i Communicator werden digitale Bilder übertragen, Fax-Nachrichten, E-Mails und Kurznachrichten verfasst, versendet, empfangen und verwaltet. Dank integriertem WAP-Browser und Modem wird der Zugriff auf WAP-Services und WAP-Informationen aus dem Internet möglich.

Für optimalen Bedienkomfort und bequeme Nutzung unterschiedlichster WAP-Dienste sorgen die praktische Tastatur und das große Display in der Innenseite des Nokia 9110i Communicator. Mit Hilfe gespeicherter Bookmarks können favorisierte WAP-Seiten schnell aufgerufen werden. Ein weiteres Feature, das die Bedienung wesentlich erleichtert, ist die neue Suchfunktion Find Application, die den Communicator nach eingegebenen Suchbegriffen, wie etwa Kontaktnamen, durchsucht und alle gefundenen Inhalte übersichtlich darstellt.

Beim Konfigurieren und Versenden von digitalen Bildern gibt es ebenfalls eine wesentliche Neuerung: Die Funktion Quick Imaging wandelt Bilder einer Digitalkamera automatisch in ein JPG-Format um und erlaubt eine Übertragung von Bildmaterial in kürzester Zeit.

Besitzer des Nokia 9110 Communicator können ihr Modell mit einem einfachen Software Upgrade Kit, erhältlich auf einer Speicherkarte, auf die neueste Version erweitern.

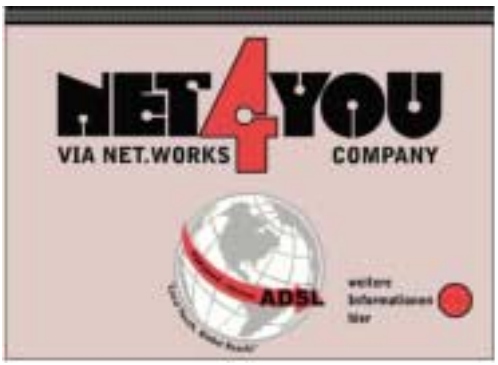
Der neue Nokia 9110i Communicator ist ab sofort zum unverbindlich empfohlenen Richtpreis von ATS 9890,- (inkl. Mwst.) im österreichischen Fachhandel erhältlich. Das Software Upgrade wird um ATS 890,- (inkl. Mwst.) angeboten.

http://www.nokia.at

INSERAT SAUSENG

ADSL von Net4You

Geschwindigkeit ist gefragt, ADSL ist die Antwort. Die neuen ADSL-Produkte von Net4You bieten sowohl privaten Anwendern als auch Business-Kunden einen schnellen Internet-Zugang.



Die ADSL-Technologie funktioniert über die herkömmlichen Telefonleitungen und verwandelt diese in leistungsstarke Datenkanäle. Da sie andere Frequenzbereiche nutzt, kann man damit gleichzeitig im Internet surfen, faxen oder telefonieren. ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Line) kann in Kombination mit analogen Leitungen oder mit ISDN genutzt werden.

Anstelle des heute verrechneten Online-Tarifes, der für jede Minute Internetnutzung von der Telekom verrechnet wird, zahlt man eine Pauschale, die diese Kosten abdeckt.

Die Übertragungsgeschwindigkeit bei Downloads beträgt 512 kbit, bei Uploads 64 k bit. Anwendungsbereiche sind die Anbindung von Firmennetzen, Anwender die schnelle Downloads benötigen oder rund um die Uhr Online sein wollen.

Die ADSL-Produktlinie von Net4You setzt sich wie folgt zusammen:

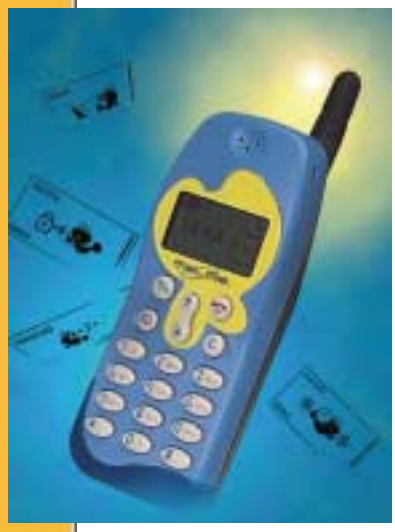
- **ADSL4You** als Einstiegsprodukt für den Anschluss von 1 PC. Alle Internetdienste sind rund um die Uhr Verfügbar, 5 MB Private WWW-Space, 5 E-Mail-Adressen (Aliases) sowie 1 GB Datenvolumen inklusive.
- **ADSL4Biz** für Business-Kunden: Alle Internetdienste sind rund um die Uhr verfügbar, es können beliebig viele PCs angeschlossen werden, inklusive sind 5 MB Private WWW-Space, 10 E-Mail-Boxen und 500 MB Datenvolumen.

Die Kosten sowohl für ADSL4You als auch für ADSL4Biz: Herstellung: 240,00 ATS Monatlich: 400,00 ATS, Zusatz-MB: 2,40 ATS (inkl. Internet-Grundgebühr und Mwst.) Dazu kommen noch die Kosten, die die Telekom Austria verrechnet: Herstellung: 1800,00 ATS, Monatlich: analoges Telefon 399,00 ATS/ISDN 549,00 ATS (inkl. TA Grundgebühr und Mwst.)

Sowohl für ADSL4You als auch für ADSL4Biz hat sich Net4You Sicherheitskonzepte überlegt, die keine unliebsamen „Überraschungen zulassen". Für ADSL4You wird eine günstige Personal Firewall angeboten, bei ADSL4Biz eine ganze Security-Box.

Das Bestellformular können Sie sich entweder herunterladen oder Sie bekommen es automatisch zugeschickt, wenn Sie eine Mail an adsl@net4you.net schicken.

http://www.net4you.at



Rotweißrote Handies mit Export im Visier

Tel.Me will mit Designerhandies und neuen Technologien Händler aktivieren und junge Käufergruppen erobern.

Stefanie Witta

Beim Handy vertrauen die meisten Österreicher auf internationale Marken. Rund ein Viertel des heimischen Mobiltelefonmarktes wird allerdings von „ no names“ besetzt, die oft direkt von Netzwerkbetreibern in den Handel gebracht werden. Diesem Händlermarkt wollen die beiden Branchenprofis hinter der neu gegründeten Tel.Me mit ihren Geräten im jugendfrischen Design nun kräftig einheizen.

„Talk & Ride“, ein High End-Autoeinbausatz für den flexiblen Handytausch, ist das erste Produkt, das Marketingchef Wolfgang Krivanek vorführt. Das Talk&Ride Konzept bietet ausgezeichnete Sprachqualität, Vollduplexbetrieb und Akkuladung. Über ein optionales ISO-Kabel können eingehende Gespräche über die Autoradiolautsprecher bei gleichzeitiger Radiostummschaltung empfangen werden. Der Einbausatz wird ab November für alle führenden Marken in zwei Einheiten in den Handel kommen, wobei der Basis Kit um rund 1300,- ATS aus universal DSP Elektronikbox, Lautsprecher, Mikrofon, DC-Versorgungskabel und Montageschrauben besteht und die handyspezifische Halterung mit Ladefunktion und Montagegelenk unter 500,- ATS zu haben ist.

Im Frühjahr 2001 ist dann Zeit für das ersteTel.Me T909, ein 95 Gramm leichtes Dualbandgerät für Junge und Junggebliebene. Fischmotive auf Display, Tastatur und im animierten Menü, Spiele, vordefinierte SMS-Nachrichten, Anrufvibrator und eine analoge Weltuhr, Kurzwahltasten, Taschenrechner und VIP Anrufsignaltöne sowie ein integrierter Terminkalender und ganze 3 Stunden Sprechzeit bzw. bis zu 120 Stunden Bereitschaft stehen den Produkten bekannter Markenhersteller um nichts nach.

Tel.Me-Geschäftsführer Manfred Jahn und Marketingchef Wolfgang Krivanek

Im Herbst soll das erste GPRS Handy herauskommen. Funktionen wie Bluetooth, WAP, Sprachwahl und Tripleband sollen auch Business User ansprechen. Ein eigenes Technik- und Entwicklerteam wird für zielgruppengerechtes Hard- und Softwaredesign sorgen. Einfachste Menüführung, innovatives Design und für einzelne Zielgruppen abgestimmte Produktvarianten bilden das Kernziel der neuen Handys, die fürs erste den privaten User umwerben.

„Auf Sicht wollen wir aber unsere international patentierte Marke als eigene Marke aufbauen und vor allem die Unternehmensziele, Kundenorientierung, Innovation und mobiles Internet vermarkten“, teilt Tel.Me-Geschäftsführer Manfred Jahn mit, der sich die Latte wie immer hoch legt. Im ersten Geschäftsjahr soll mit einer Mannschaft von 10 Personen ein Umsatzziel von knapp 50 Millionen ATS erreicht werden, im dritten Geschäftsjahr peilt Tel.Me bereits einen Umsatz von mehr als 1 Milliarde ATS und einen Exportanteil von 85Prozent an. Derzeit werden am laufenden Band Verträge mit namhaften Generalimporteuren in den östlichen Nachbarländern sowie in Deutschland und der Schweiz ausgehandelt. ❑

http://www.telme.at

„Fernsteuerung“ für Bildschirme

Mit dem Leitungstreiber für VGA-Monitore können Sie einen Bildschirm in Entfernungen bis maximal 150 Metern mit VGA-Signalen versorgen - und das über ganz normale Cat.5-Verkabelung.

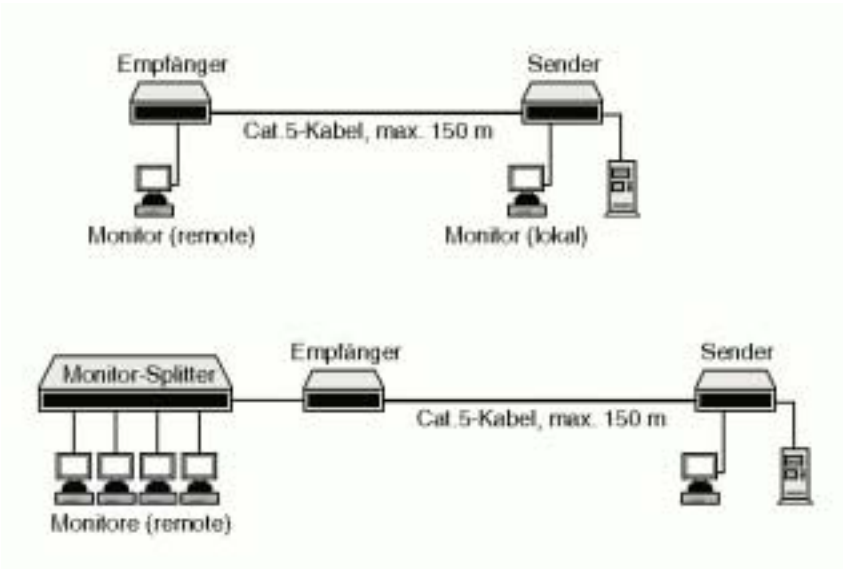
Dieser Leitungstreiber ist ideal dafür geeignet, wenn Sie weit entfernte Monitore ansteuern wollen. So können Sie zum Beispiel Info-Monitore in großen Hallen (etwa in Museen, Verkehrseinrichtungen, Kundenbereiche) mit Signalen versorgen, aber auch Überwachungsmonitore oder Bildprojektoren.

Durch die Zuschaltung eines VGA-Splitters können Sie das Bild auch zugleich auf mehreren „Remote“-Bildschirmen ausgeben. Der Sender besitzt zusätzlich einen Anschluss für einen „lokalen“ Monitor und wirkt daher auch wie ein 2-fach Splitter. Auf beiden Monitoren wird das gleiche Bild angezeigt. So können mit dem Leitungstreiber zum Beispiel auch Schulungen und Vorträge in entfernten Räumen stattfinden. Dieser Extender für die VGA-Schnittstelle besteht aus zwei Geräten (Sender und Empfänger). Das besondere daran ist, dass die Verbindung zwischen Sender und Empfänger über Cat.5-Kabel, wie es in der Netzwerktechnik eingesetzt wird, erfolgt.

In modernen Hausverkabelungen ist dies bereits Standard und so müssen mitunter keine neuen Kabel verlegt werden, um einen weit entfernten Monitor anzusteuern. Es erfolgt aber keine Übersetzung in ein Netzwerkprotokoll. Andere Medien aus der Netzwerktechnik, wie Hubs, Media-Konverter, etc. können daher hier nicht zusätzlich eingesetzt werden.

Das Cat.5-Kabel kann Litzenleiter oder Massivleiter sein (Kombination möglich), muss aber jedenfalls durchgehend geschirmt sein. Die maximale Überbrückungsdistanz liegt in der Regel zwischen 80 und 130 Meter, je nach verwendeter VGA-Auflösung und Frequenz. Das VGA-Anschlusskabel zum Sender sollte möglichst kurz sein (max. 3.0 m) und muss unbedingt ein Hybrid-Kabel (mit Koaxialleitern) sein.

Neben Sender und Empfänger sind auch zwei Netzadapter sowie Handbuch im Lieferumfang enthalten. Es ist unbedingt darauf zu achten, dass kein Potentialunterschied zwischen den Stromdosen der Adapter von Sender und Empfänger besteht!



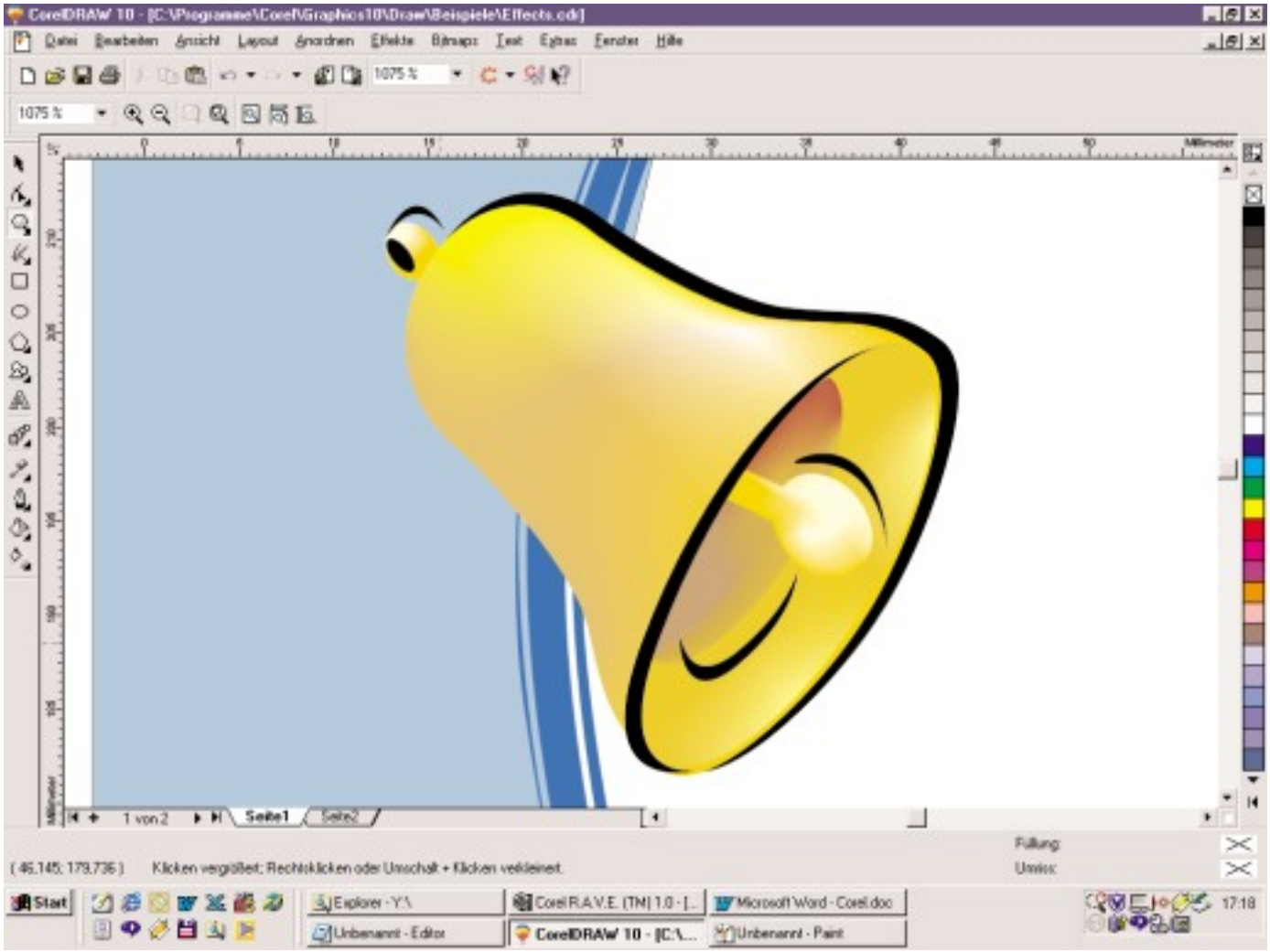
Sender

Empfänger

Technische Daten	Sender	Empfänger
Auflösung:	max. 1600 x 1200	max. 1600 x 1200
Monitor-Stecker	1 x 15-pol. HTD-Buchse + 1 x 15-pol HTD-Stift	1 x 15-pol. HTD-Buchse
Verbindung-Stecker	1 x RJ45 (STP)	1 x RJ45 (STP)
Stromversorgung	DC 9 V, 0,3 A	DC 9 V, 0,3 A
Gewicht	240 g	235 g
Abmessung	120 x 86 x 58 mm	120 x 86 x 58 mm

KSI

KSI Kontakt-Systeme Inter Ges.m.b.H.
Tel. 01/610 96-0
http://www.ksi.at



Verlauf: Die totale Kontrolle über Farbverläufe und Konturen ermöglicht realistische Lichteffekte in Grafiken.

Corel, die Zehnte

CorelDraw geht wie alljährlich in eine neue Versionsrunde

Hannes Jansky

Corel hat in den letzten Monaten einige Dinge getan, die nicht das gebracht haben, was sie sollten. Die Übernahme von WordPerfect und dann auch der MetaCreation-Produkte brachte nicht den gewünschten Erfolg, und die Ausrichtung als Linux-Distributor mit einem hochinteressanten Endkunden-Linux greift (noch) nicht.

Die missglückte Ehe mit Borland/Inprise hat die Aktionäre zusätzlich verunsichert. Als die Betriebsergebnisse sich über einen längeren Zeitraum nicht in den schwarzen Bereich verschieben ließen, war Panik angesagt. Managementwechsel und massive Entlassungen sind das probate Mittel, die Kurse zu beruhigen, haben aber bis dato nicht den gewünschten Erfolg gebracht. Erst die Finanzspritze durch Microsoft hat die Situation beruhigt. Nichtsdestotrotz überlagern die Probleme des kanadischen Softwareriesen den Marktauftritt der zehnten Generation des bekanntesten Grafikprogramms am PC.

Web statt Funktionen

Wie immer handelt es sich bei CorelDraw nicht um ein Programm, sondern um ein umfassendes Paket von Grafikapplikationen. Die großen Brocken, die von Anfang an dabei waren, sind glücklicherweise nicht um zig neue Funktionen erweitert worden, stattdessen wurden existierende Fehler ausgemerzt und die Benutzung optimiert. Neben dem Produktivitätsgewinn war die Ausrichtung auf das Internet wichtigste Prämisse für die neue Version. Eine neue Applikation - CorelRave - sorgt für die einfache Erstellung von Keyframe-Animationen, Rollover-Effekten oder sounduntermalte Bilder, die jede Website

aufpeppen. Die Filmchen können als Flash-, Video für Windows-, QuickTime- oder GIF-Dateien exportiert werden.

In CorelDraw 10 ist alles anpassbar, was man sich nur vorstellen kann: Menüs und Werkzeugleisten, Tastaturkürzel und Fenster. Die persönlich bevorzugte Arbeitsumgebung bleibt wie auch die Bedienung in allen Applikationen des Paketes konsistent und läßt sich auch exportieren und per E-Mail versenden.

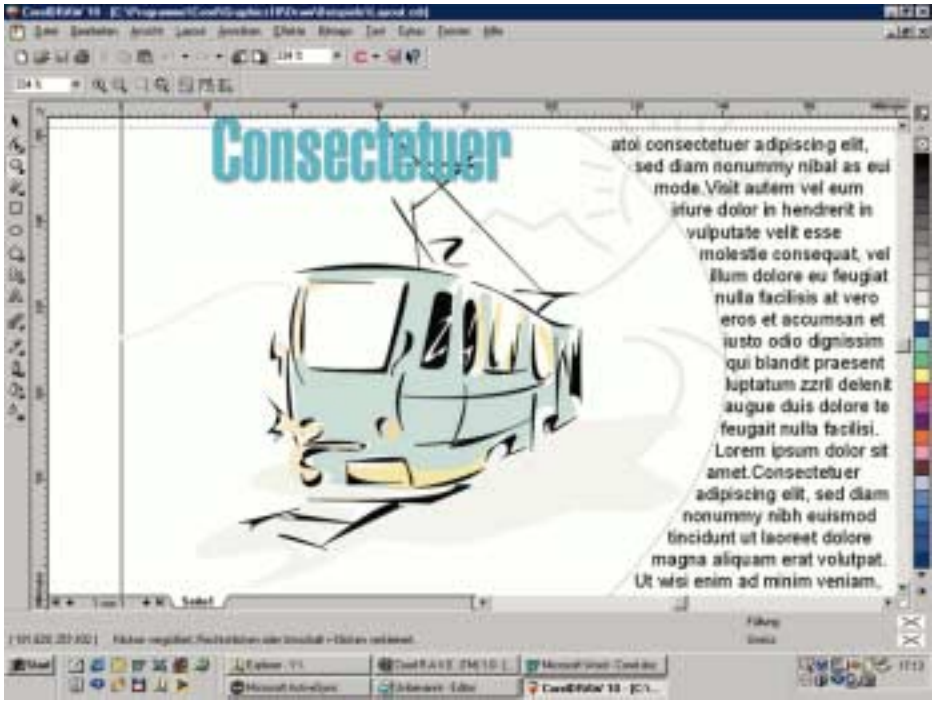
Schneller zeichnen

Wie bereits in PhotoPaint 9.0 gesehen, hat sich beliebiges „Rückgängig" und „Wiederherstellen" in allen Programmen durchgesetzt. Die Aktionsliste oder Teile davon können zudem als VBA-Skript gespeichert werden, was die Erstellung einfacher Makros für Nichtprogrammierer deutlich vereinfacht. Vorschaufunktionen in vielen Funktionen beschleunigen das Herumprobieren, Schriften können im- und exportiert werden.

Zu vielen Werkzeugen wird eine Latte an Voreinstellungen (Presets) mitgeliefert, die einerseits direkt verwendbar sind und andererseits eine Ahnung vom Einsatzspektrum geben. Ein Seitensortierer, wie wir ihn aus Präsentationsprogrammen kennen, erlaubt die schnelle Neuordnung von vielseitigen Dokumenten.

Werkzeug-Optimierung

Vordefinierte Formen wie Sterne, Pfeile oder Flowchart-Symbole stehen in Bibliotheken zur Verfügung und beschleunigen den Produktionsprozess beziehungsweise machen CorelDraw zum Mitbewerber von Visio. Interaktivität bringt ebenfalls schnellere Ergebnisse: Sowohl bei Konturen, die über beliebige Objektgruppen hinweggehen können als auch beim Extrudieren von Objekten. Absatzrahmen können in CorelDraw 10 jede beliebige Form annehmen, was kreativen Layouts gut tun wird, und die Messer- und Radierer-Werkzeuge sind ab sofort auch auf Pixelbilder anwendbar.



Rahmen: Für pfiffige Layouts können Textrahmen nun beliebige Formen annehmen.

Apropos Layout: CorelDraw 10 eignet sich noch ein Stück besser dazu, Text zu behandeln. So können innerhalb derselben Textbox unterschiedliche Sprachen verwendet werden, und trotzdem funktioniert die Rechtschreibprüfung. Bei der Live-Korrektur kommen übrigens erstmals die WordPerfect-Bibliotheken zum Einsatz, was zu besseren Ergebnissen führt. Optimiert wurde ebenso der Formatierungsdialog, Formatvorlagen agieren jetzt sowohl absatz- als auch zeichenorientiert.

Web, Web, Web

Jeder Softwarehersteller optimiert seine Produkte für das Internet. Egal, ob es um Datenbank, Textverarbeitung oder Grafikprogramm geht. CorelDraw bildet da natürlich keine Ausnahme. Interaktivität beim Export als HTML-Seite oder der Image-Optimizer mit 4fach-Vorschau, um ein optimales Verhältnis aus Dateigröße und Qualität zu erreichen. Daneben kann in CorelDraw direkt auf www.designer.com gesurft werden, dem Tummelplatz kreativer Corel-Anwender.

Auch für die Produktion auf Papier oder ähnlicher Materialien hat CorelDraw einiges zu bieten. Das Farbmanagement funktioniert wesentlich intuitiver und einfacher, alle wesentlichen Optionen sind in einer Dialogbox versammelt. Die Ausgabe auf Filmbelichter, die in so manchen CorelDraw-Versionen problematisch war, ist ebenfalls verbessert worden. Beim PDF-Export können nun ICC-Farbprofile, Autor und Stichworte übergeben werden.

Und was war da noch?

Der Font Navigator von Bitstream hilft in der Version 4.0, die Unmengen an mitgelieferten Schriften zu finden, zu installieren und in Gruppen zu organisieren. Canto Cumulus LE 5.0 erzeugt professionelle Bildkataloge, die indiziert und beschlagwortet werden können. CorelTrace 10 vektorisiert Bilder noch einfacher, und CorelTexture 10 hilft, natürliche Texturen wie Wolken, Stein oder Holz zu erzeugen, indem bis zu 7 unterschiedliche Materialschichten miteinander kombiniert werden.

CorelCapture 10 wiederum hat im Laufe der Zeit nicht nur gelernt, Bildschirme oder Teile davon aufzuzeichnen, sondern kann auch alle am Bildschirm durchgeführten Aktionen verarbeiten und eignet sich somit ideal zur Erstellung von Animationen für Präsentationen oder Schulungen.

Fazit

Früher haben wir uns alle auf die erste verfügbare Beta einer neuen CorelDraw-Version gestürzt. Heute ist das nicht mehr so. Haben sich unsere Interessen verschoben, gibt es zu viele Programme, oder ist die Zeit der großen Innovationen - zumindest im Grafikbereich - vorbei? Ich weiß es nicht. Was ich aber weiß, ist, dass es Corel gelingen muss, den Mittelpunkt des Publikumsinteresses wieder auf die Produkte zu lenken. ❑

AutoCAD goes Internet

AutoCAD eröffnet in der neuesten Version seinen Anwendern auch umfangreiche Möglichkeiten der Nutzung des Mediums Internet - sowohl durch das Programm selbst als auch durch eine von Autodesk geschaffene Infrastruktur.

Ing. Adolf Hochhaltinger

Vorbei sind die Zeiten, als technische Zeichner irgendwo im Hinterstübchen einsam vor einem Bildschirm saßen und ihre Werke dann via Drucker beziehungsweise Plotter zu Papier brachten. Heute wird zumeist ohnehin schon der gesamte Geschäftsprozess im Internet abgebildet - und hierzu zählt eben auch die Entwicklung und der CAD-Bereich. Ein guter Grund mithin, auch hier internetfähig zu werden.

Grundlage des ganzen bleibt nach wie vor AutoCAD, die bewährte Software dient auch in ihrer neuesten Version nach wie vor als Basistechnologie für Lösungen in den Bereichen Baukonstruktion, Kommunikation, öffentliche Verwaltung, Versorgung, Landschaftsplanung, und vor allem der Mechanik- und Maschinenbauindustrie.

In der neuen Version „AutoCAD 2000i" enthält sie zudem viele neue Internet-Funktionen, welche die Kommunikation und Zusammenarbeit sowohl betriebsintern via Intranet als auch firmenübergreifend mit Projektbeteiligten, Kunden und Händlern verbessern. So „nebenbei" erreicht die neue Version übrigens auch noch eine Performance-Steigerung um 22 % gegenüber der Vorversion.

Web-Funktionen

Die eigens entwickelte Internet-Extension sorgt hier für den direkten Zugriff vom CAD-Arbeitsplatz in das Internet. Damit ermöglichen Browser-basierende Werkzeuge nun auch Mobile Computing im Industriebereich: mit „Autodesk OnSite" ist die direkte Veröffentlichung von Zeichnungen sowohl auf einer firmeneigenen Webpage im Intranet oder auf Portalen möglich. Die Zeichnung kann dabei entweder im Autodesk-Internetformat „.DWF" oder im herstellerneutralen „JPG"-Format dargestellt werden. Mit der Funktion „Publish to Web" kann ein webbasierendes Web-Hosting realisiert werden. Damit kann sich jeder Beteiligte jederzeit über den aktuellen Stand des Projektes informieren.

Die Funktion „AutoCAD today" bietet Anwendern insbesondere in größeren Organisationen eine einfache Möglichkeit, sich via Internet über aktuelle CAD-News, Supportfragen, neue Patches, Anwendertipps oder

Newsgroups zu informieren. Auch die „NetMeeting"-Technologie von Microsoft für virtuelle Konferenzen per Internet ist in der neuen Version unter dem Punkt „Meet Now" integriert.

CAD-Objekte werden hier zu einem intelligenten Arbeitsmittel. Durch die „i-drop"-Technologie lassen sich Produktkataloge inklusive der Zeichnungsdateien für unterschiedliche Autodesk-Programme in XML-basierendem Format im Internet ablegen. Kunden können dieses Produkt per „drag & drop" in jede Autodesk-Software hineinziehen und hier weiterverwenden. Damit muss der Anwender seine Zeichnungen von Standard- beziehungsweise Normteilen nicht mehr per Hand in die Konstruktionen einarbeiten. So entstehen im Web intelligente Produktkataloge, in die ihre Anwender die jeweiligen Inhalte - zum Beispiel Möbel, Oberflächen und Beleuchtungskörper - per „drag & drop" von den betreffenden Internetseiten der Hersteller hereinziehen und so unmittelbar in die Autodesk-Produkte einbinden können.

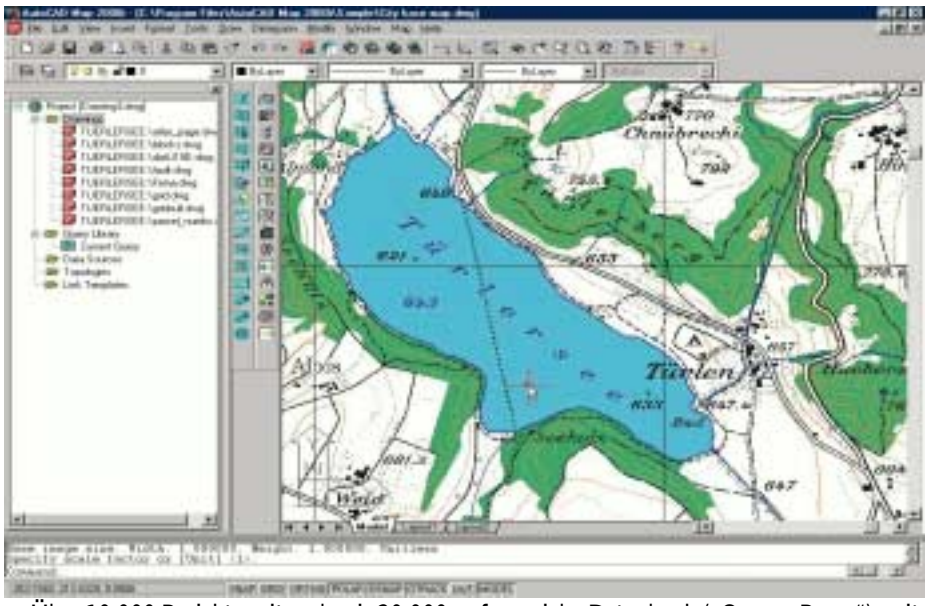
Mit e-transmit schließlich kann eine Zeichnung direkt aus dem Programm via e-Mail an einen Empfänger verschickt werden, inklusive aller Referenzen und Schriftarten. Dabei ist sowohl eine Komprimierung als auch die Verschlüsselung mit Passwortschutz gegen unbefugten Datenzugriff integriert.

In AutoCAD 2000i ist ein neues Bookmark-Konzept speziell für den CAD-Anwender enthalten. Das System orientiert sich an den bekannten Favoriten-Konzept des „Microsoft Explorer".

AutoCAD im Web

Damit Unternehmen der Bereiche Bauwesen und Architektur ihre (AutoCAD-) Daten auch ohne Probleme untereinander austauschen können, hat Autodesk ein Internet-Portal „buzzsaw.com" gegründet; seine Inhalte wurden zusammen mit namhaften Instituten und Unternehmen aus der Industrie erstellt.

Buzzsaw.com hostet Projekte von der Planung bis zur Ausführung, erleichtert die Suche nach Geschäftspartnern, Dienstleistungen oder neuen Produkten und stellt einen Internet-Marktplatz zur Verfügung.



Über 10.000 Projekte mit mehr als 20.000 Anwendern laufen schon heute über dieses Portal. Die ersten 100 MByte sind jeweils kostenfrei, trotzdem generiert es mit 70 % seiner Projekte bereits Umsatz. Eine deutschsprachige Version wird noch heuer verfügbar sein.

Buzzsaw.com bietet zahlreiche Projekt- und Business-Services, darunter zum Beispiel den „ProjectPoint"; er ist der zentrale Treffpunkt

und bietet jedem Projektmitglied Zugriff auf alle relevanten Daten. Die Oberfläche orientiert sich am Windows Explorer und bietet so auch für Neulinge eine einfache Handhabung und Bedienung. Jeder User registriert sich, benennt die Mitglieder seines Teams und kann sofort danach seine Projektdaten auf die Site laden.

Sämtliche Materialien eines Projektes - wie Dokumente, Zeichnungen, Ordner, E-Mail, - werden auf einem leistungsstarken Server gehostet, dabei sind die ersten 100 MB Speicherplatz kostenfrei. Jede Entwicklungsphase eines Projektes wird so inklusive aller Dokumentenversionen und samt der gesamten zugehörigen Kommunikation dokumentiert.

Auch ein Online-Marktplatz und Gelegenheit zu Online-Meetings per Browser ist gegeben, dazu eine Webkamera und eine umfangreiche Datenbank („Orange Pages"), mit der Architekten, Hersteller, Zubehörlieferanten und Dienstleister gefunden werden können, stehen zur Verfügung; ebenso ausführliche Information über Finanzierungsmöglichkeiten und Informationen über einzelne Firmen und ihre Bonität.

Neben buzzsaw.com, das als weltweiter Marktplatz für dieses „Internet-gestützte Design" („i-design") für die Bereiche Architektur und Bauwesen firmiert, stehen für die Fertigungsindustrie die passenden Elemente unter „RedSpark.com" zum Download bereit. Das dritte Portal ist „Point A"; es wird auch „das Yahoo von Autodesk" genannt und führt alle Branchen zusammen.

Diese B2B-Portale bilden zudem auch eine gemeinsame Basis, um Kontakte zu knüpfen und um Projekte gemeinsam per Internet zu planen und zu bearbeiten. Hinzu kommen Informationsdienste aus der Industrie, Projekt-Hosting und die direkte Überwachung der Projekte mittels WebCams. Auch andere Anwendungen wie Online-Meetings oder Web Publishing der Konstruktionsdaten lassen sich hier realisieren.

Autodesk Deutschland GmbH
Tel. 0040-89-547 69-0
Buzzsaw: http://www.buzzsaw.com
Point A: http://www.autodesk.com/pointa.
RedSpark: http://www.redspark.com

SOLID EDGE

Solid Edge, entwickelt für Windows, basiert auf dem führenden Parasolid-Kernel. Die STREAM Technologie, eine exklusive Solid Edge-Entwicklung, ermöglicht durch einfache Bedienung den schnellen produktiven Einsatz und beschleunigt den Konstruktionsprozess durch drastische Reduzierung der erforderlichen Eingaben. Solid Edge beinhaltet modernste Funktionen für die Volumenmodellierung, die Konstruktion großer Baugruppen und die Zeichnungserstellung, ergänzt um prozess-spezifische Module für die Blechkonstruktion, die Verrohrung und die Konstruktion von Kunststoffteilen.

Leichter Wechsel zu 3D

Solid Edge ist die richtige Wahl für 2D-Anwender, die schnell von den Vorteilen der Volumen-Modellierung profitieren wollen. Das Modul **Xpand3D** kann aus 2D-Dateien in den AutoCAD-Formaten DXF und DWG, Microstation DGN-Dateien oder 2D-IGES **automatisch parametrische**, feature-basierende Teiledateien für Solid Edge erzeugen, einfach durch Wahl der relevanten 2D-Ansichten eines Teils.

Neues Berechnungspaket

Das Solid Edge ***Engineering Handbook*** ist eines der neuen Module, welche den Anwendern von Solid Edge gewaltige Effizienzreserven erschließen. Das von MechSoft.com Inc. entwickelte, optional erhältliche Tool richtet sich an Produktentwickler und Ingenieure im Maschinenbau. Mit dem ***Engineering Handbook*** können Solid Edge Anwender während der Konstruktion auf eine große Berechnungsbibliothek mit mathematischen Standardformeln und physikalischen Ausdrücken zugreifen. Innerhalb von Solid Edge wird damit die Herstellbarkeit von Bauteilen definiert oder überprüft und die Erfüllung ihrer Funktionen innerhalb der Baugruppe sichergestellt.

Schnelle Schweißkonstruktionen

Die neue Umgebung für die **Schweiß-Konstruktion** in Solid Edge unterstreicht den **prozesstypischen** Ansatz der STREAM-Technologie. Durch intelligent angebotene Befehlsfolgen lässt sich die Konstruktionszeit erheblich verkürzen. Aus einer vorhandenen Baugruppe werden gezielt jene Teile ausgewählt, die verschweißt werden sollen. Nun können Konstrukteure einfach die Vorbehandlung der Schweißteile definieren, Schweißpunkte und -nähte anbringen und die abschließenden Oberflächenbearbeitungen zufügen. Diese Operationen werden in einer eigenen Datei festgehalten.

FREE
Solid Edge Origin

Wechseln Sie jetzt mit einer Solid Edge Origin
GRATISVERSION
vom 2D-Zeichnen zum 3D-Modellieren!
Rufen Sie kostenlos an: 0800/29 10 80

Unigraphics Solutions™
Franzosenhausweg 53
A-4030 Linz
Tel: +43 (0)732 / 377 550
Fax: +43 (0)732 / 376471
office-linz@ugsolutions.com

BOGNER and Herac CAD/CAM
Productivity Tools
Ihr Ansprechpartner für
3D Konstruktion und Entwicklung !

Bogner & Herac GmbH
Franzosenhausweg 53
A- 4030 Linz
Tel +43 732 370184-0
Fax +43 732 370184-44

SYBASE - Ihr kompetenter Partner
für PDM- und Workflowlösungen

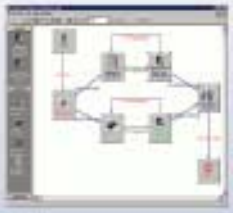
Unigraphics Solutions Partner

Als Solid Edge Vertriebspartner und Partner von Smart Solutions hat sich SYBASE mit „SmarTeam" auf unternehmensweite Datenmanagement- und Workflow-Lösungen für die mittelständische Industrie spezialisiert.

Dabei stehen insbesonders die exzellenten Integrationen zu CAD-Systemen wie Solid Edge sowie der Microsoft Office Produkte im Vordergrund.

SmartEdge
die tiefintegrierte, sofort einsetzbare Workgroup Lösung zu Solid Edge

SmartFlow
Workflow-Subsystem



SYBASE
Sybase EDV-Systeme GmbH
Tel. +43 / 1 / 5048510 – 28
www.sybase.at

Ihr Ansprechpartner für
Solid Edge
in Österreich

Geiger Consulting
Haldenweg 2/2
A-6700 Bludenz
Tel.:05552/34 5 39
Fax.:05552/33 9 71

Wie fertigen SIE Ihre
SOLID EDGE™ Parts ?

SOLID EDGE V9
Die durchgängige Lösung

XPand 3D

GOélan V4
DIE REFERENZ IN CAD/CAM

Ingenieurshandbuch

Webpublisher

Assembly

GOélan V4
DIE REFERENZ IN CAD/CAM

FRÄSEN DREHEN EDM

GOelan V4 ist das leistungsstarkes Multi-Technologie CAD/CAM System, mit dem Sie einfach, schnell und sicher Ihre NC-Programme erstellen können.

ACAM Ihr kompetenter Unigraphics Solutions Partner

www.acam.at

ACAM Systemautomation GmbH
Lootsenstraße 94, A-9712 Niklasdorf - 03842/82660-312 Fax: 03842/82660-311

cad cam dnc
comdata
Ihr Lösungspartner

Schloß Elling
Ellinger Hauptstr. 61-67
A – 1220 Wien
Tel. +43 1 774 66 55 – 0
Fax +43 1 774 66 55 – 19
cadcam@comdata.co.at
www.comdata.at

Ortsunabhängige Bauprojektplanung via Internet

vr-architects ermöglicht Unternehmen Planungsprojekte auch im Inter- und Intranet abzuwickeln.

Um bei der Durchführung von Bauvorhaben möglichst kostengünstig und effizient arbeiten zu können, bedienen sich Planungsbüros immer häufiger auch individuell zugeschnittener Planungssoftware mit Digital Mockup- und Simulationsmöglichkeiten.

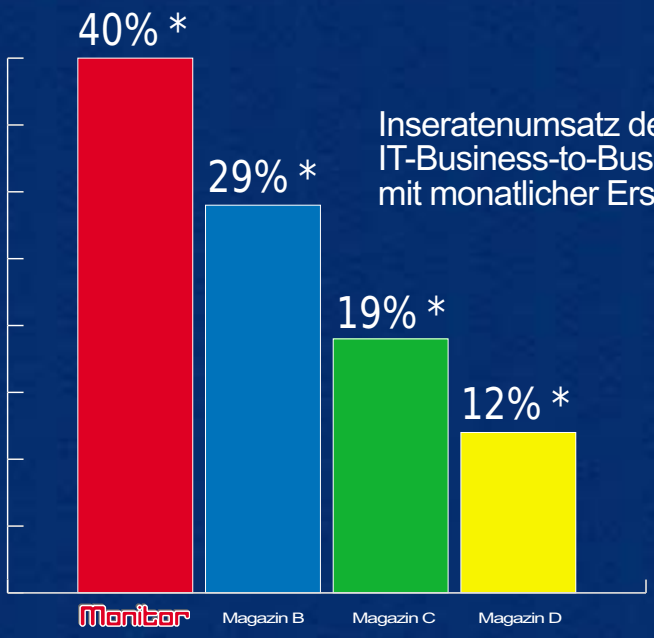
vr-architects stützt sich dabei auf ihre eigens entwickelte Planungs- und Simulations-Tools, die im wesentlichen aus der Standard-Software AutoCAD, Photoshop, und Simple++ entwickelt werden. Dabei werden durch Simulation und Virtuelle Realität (VR) Szenarien entworfen, die dann sukzessive optimiert werden, bis der Status der Baureife erreicht ist.

Da vr-architects-Projekte vollständig digital und datenbankorientiert aufgebaut sind, kann das Tiroler Planungsunternehmen seine Projekte auch im Intranet und Internet abwickeln. Die Projekte liegen in dem Fall auf den firmeneigenen Servern. Der Kunde kann sich mit Hilfe eines Passworts einloggen, um dann zuerst die erforderlichen Unterlagen (vorhandene CAD-Vermessungspläne, Luftbilder, Basisdaten für die Simulation) bereitzustellen und danach die von den vr-architects-Mitarbeiter erarbeiteten Planungsfortschritte zu sehen und rückzukoppeln. Gleichzeitig lassen sich bei Bedarf auch per Video-Konferenz interaktive Besprechungen durchführen. Plattformprobleme gibt es dabei keine, da bei vr-architects mit Windows-PCs, Silicon Graphics Workstations und Macintosh gearbeitet wird.

Wie sehr sich eine sorgfältige und virtuellgestützte Planung bewährt, lässt sich anhand der Errichtung der Logistik Zone Tirol in Hall nachvollziehen, die innerhalb von nur neun Monaten Ende des vergangenen Jahres abgeschlossen werden konnte. Mit Hilfe virtueller Modelle und Prozesssimulationen gelang es den Planungstechnikern noch vor Bauausführung nachzuweisen, dass trotz niedrigeren Raumhöhen, insbesondere des Hochregallagers und der Grundstücksknappheit, die Betriebstauglichkeit und Infrastruktur des Logistikgebäudes gewährleistet war, was sich auch nach der Fertigstellung des Bauvorhabens bestätigte. Darüber hinaus konnten die Gesamtherstellungskosten gegenüber der knappen Kostenschätzung von rund 150 Mio. Schilling, trotz Lieferschwierigkeiten diverser Bauteile und langen Schlechtwetterphasen, noch unterschritten werden.

http://www.vr-architects.at

Setzen auch Sie auf den Marktführer!



Inseratenumsatz der österreichischen IT-Business-to-Business-Fachmagazine mit monatlicher Erscheinungsweise

* .. Marktanteil nach Inseratenumsatz 1. HJ 2000 (lt. unabhängiger Marktanalyse)

Monitor
Das Magazin für Informationstechnologie
http://www.monitor.co.at

Für IHREN erfolgreichen Werbeauftritt kontaktieren Sie bitte das MONITOR-Team unter 01/740 95 DW 410, Fax-DW 425, office@monitor.co.at

Verlag Bohmann
Ein Magazin der Bohmann Gruppe

Auch in Unternehmen, die nach landläufigen Kriterien „bestens organisiert“ sind, gibt es noch einiges an verstecktem Einsparungspotenzial. Ein Softwarehersteller ist diesen versteckten Sparmöglichkeiten auf der Spur.

Adolf Hochhaltinger

Ing. Reinhard Pohn, Vorstand der Paradine AG

Paradine: Wie Fertigungsunternehmen sparen können

Als „Softwareunternehmen für Fertigungsfirmen“ definiert Ing. Reinhard Pohn, Vorstand der Paradine AG und einer der beiden Gesprächspartner von MONITOR, die Ausrichtung seines Unternehmens. Zwar gibt es eine ganze Reihe von Anbietern, die im Bereich ERP die verschiedensten Produkte zur Steuerung der firmeninternen Abläufe, der Logistik, des optimalen Personaleinsatzes, im Supply Chain Management anbieten. Für einen speziellen Problembereich gab es bisher aber noch keine Lösung.

Das Problem ist durch die heutige Situation gegeben: Der Wertschöpfungsanteil in den Unternehmen wird laufend reduziert, immer mehr Zukaufteile werden verwendet und die Supplier nehmen eine immer wichtigere Rolle ein. Wird beispielsweise ein Zahnrad nicht mehr erzeugt, so ergeben sich die Fragen „Welcher Hersteller produziert vergleichbare Zahnräder?“ und „Sind die technischen Daten eines möglichen Zahnrads ident?“ und schließlich: „Wie ist dessen Verfügbarkeit?“. Die Ursache dieses Problems ist: Nur 10 % dieser Daten werden in der Regel elektronisch ausgetauscht, es gibt zudem kaum eine Vergleichbarkeit der Daten verschiedener Hersteller und keine Möglichkeit einer Anbieter-übergreifenden Suche.

Dadurch entstehen, wie Robert Stelzl, ebenfalls Vorstand der Paradine AG, ergänzt, in fast jedem Unternehmen eine Quelle unnötiger Kosten dort, wo man sie nicht auf den ersten Blick vermutet. Dies betrifft insbesondere die Art und Weise, wie - beziehungsweise wie wirtschaftlich - ein Produkt hergestellt wird. Es zielt im speziellen auf die Einsparungsmöglichkeiten im Bereich des strategische Teile- und Lieferantenmanagements, dem „Bindeglied“ zwischen Konstruktion und Fertigung.

eptos hilft

Die Software „eptos“ - Kernprodukt der Paradine AG - ist eine solche „Software zur Entscheidungsfindung“, die es ermöglicht, die optimalen Teile, Komponenten und Lieferanten auszuwählen und zu verwalten. Sie schließt die Lücke zwischen Produktentwicklung, Einkauf und Fertigung und sucht in solchen Datenbeständen nach „Ungereimtheiten“, vor allem nach Doubletten und nach Möglichkeiten, bereits erfasste Teile wieder zu verwenden anstatt einen neuen Teil extra zu entwickeln beziehungsweise als Lagerware anzulegen. Es senkt somit die Teilevielfalt eines Lagers und erhöht die Stückzahl pro Teil.

Die Vorteile für den Kunden sind eine Beschleunigung der Teilesuche um mindestens 70 %, die Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit durch kürzere Produktentwicklungszeiten sowie eine massive Kostenreduktion durch Verringern des aktiven Teilebestandes. Wie dies in der Praxis funktioniert, läßt sich am besten anhand eines Beispieles erklären.

Ausgerechnet Schrauben?

Beim Automobilhersteller Daimler-Chrysler wurde das Programm auf die in den Motoren verwendeten Schrauben M6 angesetzt - keine große Sache, könnte man meinen.

Allerdings fand „eptos“ mit seiner speziellen, ausgefeilten Suchtechnik „eptosearch“ zwar 160 verschiedene Teilenummern für Schrauben der Dimension M6, nach dem Durchlauf des Programms wurde allerdings offenkundig, dass es in Wirklichkeit bei M6 nur 58 verschiedene Schraubentypen gab - alles andere waren Doubletten. Nun kostet innerbetrieblich das Anlegen und die Administration jeder neuen Teilnummer zusätzliches Geld, das nun eingespart werden konnte.

Es geht aber noch weiter: Nun wurde auch der Einkauf dieser Teile untersucht - und hier fand man heraus, dass man den gleichen Teil (!) für die verschiedenen Teilnummern oft bei verschiedenen Lieferanten gekauft hatte - und

Das Unternehmen

Die Paradine AG wurde 1998 als AG mit einem Finanzierungsvolumen von 30 Mio S gegründet. Im vergangenen Jahr wurde die Software entwickelt und eine Niederlassung in den USA gegründet, weitere Repräsentanzen in Deutschland und der Schweiz sind ebenfalls geplant. Die Anzahl der Mitarbeiter verdoppelt sich sein Unternehmensgründung alle secahs Monate, derzeit bietet es 25 Menschen Arbeit, zehn weitere (Software Ingenieure, Programmierer, Projektleiter, Account Manager und Pre-Sales-Mitarbeiter) werden gerade gesucht. Mit einem Börsegang lässt man sich bewusst vorerst noch Zeit, darüber will man erst etwa Ende 2002 nachdenken.

dies oft noch Umständen zu verschiedenen Konditionen und auf jeden Fall in geringerer Stückzahl und somit teurer, als es bei einer „Sammelbestellung" aller identischen Teile auf einmal beim Bestbieter möglich gewesen wäre.

Keine Schraube - kein Auto!

Auch die Fertigung hatte gelegentlich unter dieser unnötigen Teilevielfalt zu leiden: So musste der Fertigungsablauf gelegentlich verzögert werden, weil der Lagerstand einer bestimmten Schraube nicht schnell genug aufgefüllt werden konnte - an anderer Stelle und unter einer anderen Teilenummer lag jedoch die gleiche Schraube (!) die ganze Zeit über in genügender Stückzahl in den Regalen!

All diese Einzelfälle waren zugleich auch versäumte Möglichkeiten der Kostenersparung. Durch die Bereinigung dieser Nummernvielfalt ergab sich insgesamt eine Kostenreduktion von etwa 20 Groschen pro Schraube. Auch wenn das nicht nach viel Geld klingt, war die insgesamt erreichte Einsparung nur mit den Schrauben der Dimension M6 bei rund 19 Mio. ATS pro Jahr.

Übrigens - die danach auf gleiche Weise erzielte Einsparung bei den Schrauben der Dimension M8 brachte dem Unternehmen weitere 21 Mio S jährliche Ersparnis.

Generell anwendbar

„eptos" ist überall dort anwendbar, wo etwas erzeugt oder zusammengebaut wird und hierzu ein größeres Lager besteht. Weil hier nach dem Erkennen der Ursachen meist nur einige wenige genau definierte Parameter verändert werden, ist der Erfolg binnen kürzester Zeit sichtbar und vor allem auch in konkreten Zahlen messbar.

So kann man generell als „Daumenwert" annehmen, dass bei einem nicht allzu großen Materiallager, das 200.000 Teile umfasst, (nach vorsichtiger Schätzung) etwa ein Zehntel, immerhin 20.000 Teile, solche Doubletten sind. Nimmt man die betriebswirtschaftlichen Kosten für das Anlegen und Verwalten jeder Teilenummer mit ca. 700,- Schilling jährlich an, so wären dies Einsparungen von ca. 14 Mio S - eine durchaus realistische Annahme, die in der Praxis oft noch übertroffen wird.

Angesichts dieser Summen und der vergleichsweise geringen Kosten für die Software bedeutet dies einen „Return of Investment" (Amortisation) von wenigen Monaten - ein Traumwert für so manchen Investor.

Läuft überall

Die gesamte Software „eptos" ist zur Gänze in Java (Enterprise Java Beans) geschrieben und läuft daher auf praktisch jeder Plattform, und nimmt vor allem zwei Aufgaben wahr: Neben dem bereits beschriebenen Durchforsten der bereits existierenden Datenbestände überwacht sie auch das Anlegen neuer Teilekonten. Darüber hinaus hilft sie aber dem einzelnen Mitarbeiter auch bei der Suche nach eventuell bereits bestehenden Teilen, und hier liegt das zweite große Einsparungspotenzial dieser Lösung. Schließlich wurden in einem Lager auch bisher neue Teile nicht aus Jux und Tollerei angelegt, sondern weil der Einzelne bisher keine effiziente Möglichkeit zur Verfügung hatte, den gesamten Lagerbestand schnell und wirkungsvoll nach eventuell bereits existierenden Teilen zu durchsuchen. „eptos" gibt ihm nun genau diese Möglichkeit in die Hand.

Software oder Service

Jeder Kunde hat übrigens die Wahl, ob er nur die Software (selbstverständlich mit Installation, Implementierung, Einbringen der vorhandenen Materialdaten, etc.) erwirbt oder ob er die reine Dienstleistung „einmaliges Durchforsten der Datenbestände" bucht - beides ist möglich.

Auf jeden Fall bietet die Software zu jedem erfassten Teil mehrere Sichtweisen, so kann beispielsweise ein Elektromotor sowohl durch seine mechanischen Abmessungen als auch alternativ durch seine elektrischen Kennwerte definiert werden - „eptos" findet ihn in beiden Fällen zuverlässig.

Natürlich kann diese Software - sie wird übrigens unter dem Namen „eptos Suite" vertrieben - erst ab einer bestimmten Betriebsgröße ihre Stärken ausspielen, ihr Einsatz ist also erst etwa ab einem Umsatz von etwa einer Mrd. S sinnvoll, das ist aber nur ein Richtwert im Einzelfall kann ein Gespräch sicherlich Klarheit schaffen. ❑

http://www.paradine.at

Notebook mit Bluetooth PC-Card

Toshiba bringt insgesamt neun neue Notebook-Modelle und präsentiert die erste Bluetooth-PC Card.

Während man normalerweise den vierteljährlich erfolgenden Kollektionswechsel der Notebook-Hersteller gelassen beobachtet, konnte sich diesmal Toshiba mit einem spannenden Add-on-Produkt der vollen Aufmerksamkeit sicher sein. Denn unter die Modellfülle der neuen Satellite- und Tecra-Modelle für den Consumer- und Business-Bereich mischte Toshiba seine Bluetooth PC-Karte für die kabellose Datenübertragung auf Distanzen bis zu 100 Metern. Die bereits verfügbare Karte kostet knapp unter 3.000 ATS (inkl.MwSt.) und wird in einem PC Karten-Steckplatz appliziert.

Dann ermöglicht sie dem Anwender gemäß Bluetooth-Spezifikation mit einem 20mdb Radio-Modul „Fernempfang", ohne dass zwischen den kabellos vernetzten Geräten „Sichtkontakt" herrschen muss. Bluetooth ist aber nur die eine Seite der Medaille. Die Karte ist auch für andere drahtlose Übertragungsstandards wie Wireless LAN (802.11B) konzipiert. Dazu kommt noch die SPANworks 2000 Software, mit der allerhand Produktivitätstools die Fern-Kommunikation erleichtern.

Toshiba wird demnächst auch digitale Projektorensysteme auf den Markt bringen, die Bluetooth unterstützen. Anwender können damit direkt vom Notebook ihre Projektion in den Projektor „funken".

Ansonsten hat man sich bei Toshiba - neben neuen Notebooks - für Österreich eine Straffung und „Neu-Definition" der Vertriebsstrukturen verordnet. Das Unternehmen ließ hierzulande im 2. Quartal 2000 an Marktperformance vermissen und fiel deutlich hinter die Marktleader Acer und Compaq zurück. 9,9 Prozent Marktanteil bedeuteten den fünften Platz. (dat) ❑

Für den Business-Bereich verzichtet Toshiba auf aufwendiges Design und Sound-Features, das Augenmerk liegt deutlich auf einer umfangreichen Ausstattung mit Schnittstellen. Das Bild zeigt eines der vier neuen Modelle der Satellite Pro 4300-Serie.

Effizientes Management von Softwarelizenzen

Die License Compliance Solution von Corporate Software & Technology (CST) ermöglicht einen einen gesteigerten Return on Investment sowie rechtlich einwandfreien Softwareeinsatz.

Im Rahmen seines Software Asset Management (SAM) Programms hat IT-Dienstleister Corporate Software & Technology mit LCS eine neue Form der Lizenzverwaltung für Unternehmen geschaffen.

LCS steht für License Compliance Solution - und die wiederum für eine vollkommen neue Einstellung zum Softwaremanagement. Denn während es etwa bei Maschinen und Produktionsgütern schon lange üblich ist, die Investitionen über den gesamten Nutzungszeitraum aufmerksam zu beobachten, konzentriert sich das Interesse bei der Software meist nur auf den günstigen Anschaffungspreis.

In vielen Unternehmen werden Lizenznachweise - so sie überhaupt noch vorhanden sind - in einer Art Pappschachtel aufbewahrt. Und Management bedeutet, dass ein Mitarbeiter bei Bedarf nachsieht, ob sich die gesuchten Lizenzen darin befinden.

„LCS rechnet sich ab rund 250 PCs", erläutert Dipl.Bw. Klaus Marko, CST Country Manager Österreich, im Gespräch mit dem Monitor. „Es stellt konkrete Daten zur kaufmännischen Bewertung der eingesetzten Software, zur Bewertung von Neu-Investitionen und zur Beurteilung der License-Compliance zur Verfügung. Was das in der Praxis bringen kann, zeigt der Fall eines deutschen Bauunternehmens mit 80 Standorten. Hier ergab die Neudefinition des Warenkorbs, dass durch eine Änderung der Lizenzierung pro Arbeitsplatz 530 Mark eingespart werden können - bei insgesamt rund 6.500 PCs ein Einsparpotential von 3,5 Millionen Mark!"

TCO - Anreiz zur Lizenzverwaltung

Im Rahmen umfangreicher TCO-Studien (Total Cost of Ownership) speziell im Bereich der Softwareverwaltung haben Studien horrende verdeckte Kosten aufgezeigt. Andererseits werden sich Verantwortliche zunehmend bewusst, dass Unterlizenzierung kein harmloses Kavaliersdelikt mehr ist.

All dies sind gute Gründe, sich intensiv mit dem Thema Lizenzverwaltung auseinanderzusetzen und Software nicht länger als Ware oder Verbrauchsgut, sondern als Investitionsgut zu betrachten. Zumal es dabei nicht nur um die Vermeidung strafrechtlicher Konsequenzen geht, sondern messbare wirtschaftliche Vorteile winken.

Denn so, wie durch Raubkopierer ein gigantischer Schaden entsteht, leiden Unternehmen auch unter dem anderen Extrem einer gewaltigen Überlizenzierung. Allein in Deutschland bezahlten Unternehmen im vergangenen Jahr rund 23 Millionen Mark zuviel für ihre Software, was die Wirtschaft angesichts sinkender Margen in vielen Branchen enorm belastet.

Unternehmensweite Lizenzverwaltung

Doch wie organisiert man das Lizenzmanagement, so dass die Kosten gesenkt und rechtliche Unsicherheiten beseitigt werden können? CST setzt mit LCS auf eine kontrollierte Lizenzverwaltung, die primär ein Ziel verfolgt: die tatsächlich installierte Softwarebasis pro Arbeitsplatz beziehungsweise pro PC mit dem Bestand bereits erworbener Softwarelizenzen abzugleichen.

LCS baut eine komplette unternehmensweite Lizenzverwaltung in fünf Phasen auf:

- In Phase I werden die kundenspezifischen Anforderungen festgelegt, wobei auch die vorhandenen IT- und Einkaufsinfrastrukturen erfasst werden.
- Phase II beinhaltet eine detaillierte Analyse der IST-Situation der installierten Softwarebasis innerhalb des gesamten Unternehmens, mit Inventarisierung und Dokumentation der installierten Software pro Arbeitsplatz/PC.
- Phase III umfasst die dazugehörige Analyse der IST-Situation der gekauften Softwarebasis innerhalb des gesamten Unternehmens, mit Inventarisierung und Dokumentation der gekauften Software für einen definierten Zeitraum.
- In Phase IV erfolgt der Abgleich der Ergebnisse aus Phase II und Phase III zu einem bestimmten vordefinierten Stichtag.
- Phase V schließlich beinhaltet die Implementierung eines kontrollierten Lizenz-Managements im laufenden Business-Prozess. Zukünftige Einkaufs- und Bestellprozesse werden hier festgelegt, um die Lizenzierungsart je nach Hersteller zu bestimmen. Dabei werden die unternehmensspezifischen Kosten-/ Nutzen-Aspekte berücksichtigt. *(dat)* ❑

http://www.corpsoft.de

Die neue Grafikkarte von Matrox hat die Grenzen des Bildschirmes abgeschafft. Mit der „Millennium G450 Dual Head“ kann man zwei Bildschirme gleichzeitig betreiben und darauf verschiedene Inhalte anzeigen.

Adolf Hochhaltinger

Matrox „Millenium G450 Dual Head“

Mehr zu sehen

Die Fenstertechnik, wie sie heute von praktisch allen Betriebssystemen als Standard eingesetzt wird, kann zwar nahezu beliebig viele Fenster auf den Schirm des Monitors zaubern, sie kann die Sichtfläche aber nicht größer machen. Sind zu viele Fenster offen, dann deckt bald eines das andere zu - es ist nicht mehr die gesamte Information auf einen Blick sichtbar, man muss dann erst jeweils das betreffende Fenster anklicken oder (mit [Alt]-[Tab]) zu der betreffenden Anwendung springen, um deren Inhalt sehen zu können.

Das stört bei manchen Anwendungen zwar nicht sehr und hat sich vielfach als übliche Art der Bedienung eingebürgert - bei vielen anderen Anwendungen ist es allerdings nicht nur äußerst störend, sondern auch sehr zeitraubend.

Mehr Information!

Wozu soll eine solche Karte für zwei Bildschirme nun gut sein? Die Zahl der Beispiele ist groß. Im Aktiengeschäft beispielsweise sind mehrere Bildschirme voller Information generell üblich. Musste man früher hierzu eben mehrere (teure) Workstations auf einem Schreibtisch betreiben und hatte bei der Bedienung der einzelnen Programme dann eben drei Tastaturen zu handzuhaben, so ist es mit der Browser-Technologie heute generell möglich, auch mehrere aktuelle Browser-Fenster auf den Bildschirm zu bringen und darin mehrere statistische Auswertungen nebeneinander zu sehen. Sie sind für den Broker allesamt zur raschen und richtigen Entscheidung „abwarten oder kaufen“ beziehungsweise „halten oder verkaufen“ unbedingt nötig.

Während heute das „Ausrechnen“ solcher Auswertungen meist irgendwo auf einem leistungsfähigen Server geschieht, ist dank der Browser-Technologie die übersichtliche Anzeige die Hauptaufgabe vieler heutiger PCs im Netzwerk. Dadurch aber wird gerade der Bildschirm zur „Engstelle“, hier staut sich die Information. Dabei ist eigentlich nur eine leistungsfähigere Grafikkarte erforderlich, die mehr als einen Bildschirm betreiben kann, denn die für die Darstellung eines Browser-Fensters erforderliche Rechenleistung der CPU ist vergleichsweise minimal, ein moderner PC kann somit in der Regel ruhig ein paar Dutzend Fenster ständig anzeigen, ohne deswegen sonderlich ins Schwitzen zu kommen.

Auch bei vielen militärischen Anwendungen ist die Informationsmenge längst zu groß, als dass sie noch auf einem einzigen Bildschirm angezeigt werden könnte. Hier ist ebenfalls ein großer Anwendungsbereich für diese Grafikkarte, wobei der Hersteller zudem auf die besonders hohe Zuverlässigkeit seiner Karten hinweist - ein Kriterium, dem gerade in diesem Bereich eine hohe Aufmerksamkeit geschenkt wird.

Bei vielen Spielen schließlich ist die Trennung zwischen dem eigentlichen Spielgeschehen, der Szenerie, und den „begleitenden Informationen“ (zum Beispiel Spielstand, Ressourcen, Randbedingungen, Menüsteuerung, verfügbare Hilfsmittel, Tips, Dialoge, Kommentare) die beste und übersichtlichste

Art, das Spiel zu betreiben - das gilt für Adventure- und Strategiespiele ebenso wie etwa für den Flugsimulator.

Mehr als einer

Aus diesem Grund hat Matrox schon vor geraumer Zeit eine spezielle Version seiner aktuellen Top-Grafikkarte herausgebracht. Dieses Sondermodell trägt den Namen „Dual Head“ und kann zwei Monitore gleichzeitig mit völlig verschiedenen Inhalten betreiben.

Dabei können die beiden Inhalte von völlig verschiedenen Programmen stammen, der Anwender kann beispielsweise auf einem Bildschirm mit einem Textprogramm eine Börsenbericht verfassen und auf dem anderen Schirm die hierzu erforderliche Information live aus dem Internet sehen. Insgesamt sind sechs verschiedene Anzeigemodi wähl-

bar. Auch das Wechseln zwischen diesen Betriebsarten ist jederzeit möglich - und zwar, ohne deswegen den PC jedesmal neu starten zu müssen.

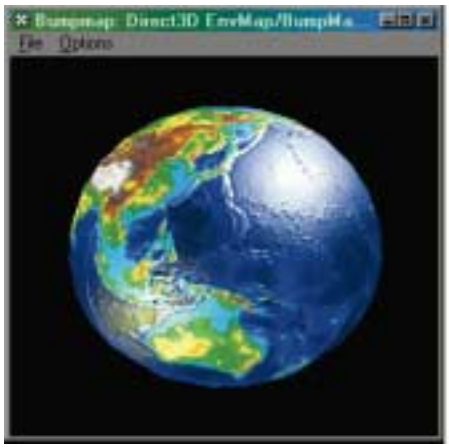
Auch Schirme mit völlig unterschiedlichen Bild- und Zeilenfrequenzen und mit verschiedenen Auflösungen können hier gleichzeitig betrieben werden. So kann neben dem Monitor auch ein Fernsehgerät zur Wiedergabe an den PC angeschlossen werden, die Zeilen- und Bildfrequenzen werden für beide Geräte passend ausgegeben - der Betriebsmodus „TV Output" sorgt dafür.

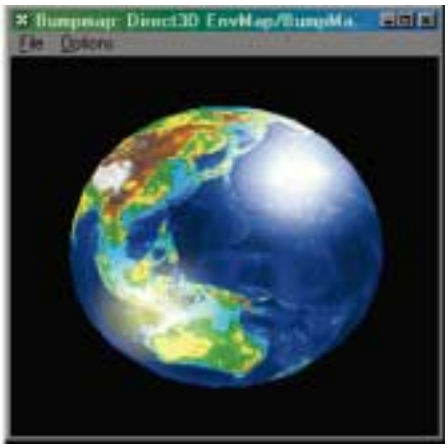
Die Dual Head Funktionalitäten werden sowohl für sämtliche Windows-Versionen als auch für Linux unterstützt, der Anwender ist somit nicht an ein bestimmtes Betriebssystem gebunden.

Schnell und präzise

Bekanntlich soll eine Grafikkarte für Office-Anwendungen vor allem im 2D-Bereich eine gute Leistung erbringen. Nach jeder Änderung soll hier das Bild so schnell und verzögerungsfrei wie nur möglich aufgebaut werden. Wie schnell eine Grafikkarte die Fenster, Balken und andere Grafiken auf dem Bildschirm wieder darstellt, ist hier das Maß aller Dinge.

Ein weiteres Kriterium ist die Auflösung des Bildes. Auch große Bildschirme kosten heute kein Vermögen mehr. Insbesondere für größere Firmen sind diese Ausgaben weitaus geringer als beispielsweise der permanent durch die Vergeudung von Arbeitsleitung generierte Verlust, wenn etwa eine falsch gewählte Grafikkarte dem Mitarbeiter am Bildschirm täglich viele unfreiwillige kleine Pausen von einigen Sekunden Dauer beschert, die sich im Laufe der Zeit doch zu recht ansehnlichen Ausfallzeiten summieren. Hier kann die „Matrox Millennium G450 Dual Head" glänzen, sie unterstützt sogar Auflösungen von bis zu 2048 x 1536 Pixel - ausreichend auch für die größten Bildschirme.





Erde mit/ohne EMBM

Die Technik

Möglich wird der unabhängige Betrieb zweier Bildschirme grundsätzlich erst durch einen zweiten TV-Encoder-Chip auf der Karte, der auch seinen eigenen RAMDAC enthält. Einen Baustein, der in einem Chip beide Funktionen enthält, musste Matrox übrigens erst einmal selbst entwickeln und fertigen lassen, denn bis heute gibt es einen solchen Chip auf dem Bauteilemarkt nicht zu kaufen. Dieser Chip trug den Namen G400 und fand im Vorgängermodell dieser Karte, Verwendung. Diese „Millennium G400 Dual Head" wird inzwischen auch von vielen namhaften Firmen wie Compaq, Dell, Fujitsu, Gateway, Hewlett-Packard, IBM und Siemens in ihren Rechnern eingesetzt.

Nun wurde der G400-Chip modifiziert und es gelang, mit dem neuen Layout soviel Platz einzusparen, dass nun darauf auch der TV-Encoder MGA-TVO und der TMDS Transmitter untergebracht werden konnte -

alles auf einem einzigen Chip - der „G450" war geboren.

Der schärfste Mitbewerber NVIDIA verwendet übrigens in einem ähnlichen Produkt, der GeForce 2 MX TwinView, derzeit noch getrennte Bausteine für RAMDAC und TV Encoder. Er benutzt hier zudem keine eigenen Chips, sondern handelsübliche integrierte Schaltkreise aus der Massenfertigung. Das funktioniert zwar auch, kostet allerdings mehr Platz auf der Karte und bringt zudem beim Design der Karte eine gewisse Abhängigkeit von den Vorgaben der Hardwarehersteller.

Fazit

Eigentlich ist es seltsam, dass wir auch im „Informationszeitalter" immer noch auf die relativ kleine Fläche eines einzigen Bildschirms angewiesen sind. Grafikkarten wie die „Matrox Millennium G450 Dual Head" könnten hier Abhilfe schaffen.

http://www.matrox.de

Canon bringt mit seinen neuen Scanner-Modellen neben einem sehr guten Preis-/Leistungsverhältnis auch ein aufregendes Design in Home und Office.

Scanner superflach: CanoScan N 1220U

Neue Scanner für Home und Office

Die neuen superflachen CanoScans (mit einer Bauhöhe von nur 3,4 cm) sind in ein sehr kompaktes Äußeres gepackt und bieten Scan-Lösungen für Einsteiger ebenso wie für gängige Office-Anwendungen.

Möglich wird diese Kompakt-Bauweise durch die Verwendung von Contact Image Sensoren (CIS) und der Canon LIDE-Beleuchtungstechnologie (LED In Direct Exposure).

Als besonders praktisch erweist sich bei den neuen Modellen N 650U, N 656U und N 1220U die Scharnierlösung des Deckels: Auch bei dickeren Scanvorlagen wie Büchern und Magazinen kann der Deckel durch einen Klappmechanismus plan aufgelegt werden.

Einsteigermodell mit Parallel-Schnittstelle

Der CanoScan N 640P ist ein leistungsfähiger Einsteiger-Scanner für Heim- und Büroanwender. Seine physikalische Auflösung beträgt 600 x 1200 dpi.

Beachtlich ist die interne Farbverarbeitung von 14 Bit pro Farbkanal (42 Bit gesamt); extern wird die Farbwiedergabe für alle gängigen Bildverarbeitungsprogrammen auf 24 Bit optimiert.

Die Softwareanbindung erfolgt über den TWAIN-Treiber, der für alle gängigen Windows-Plattformen im Lieferumfang enthalten ist. Im Lieferumfang enthalten sind neben Netzteil und Parallel-Anschlusskabel der CanoCraft CS-P 3.8 Treiber, ScanGear Toolbox CS 2.2 sowie die Softwarepakete ArcSoft PhotoStudio 2000 und OmniPage Pro 9.0 (OCR). Der CanoScan N 640P kostet 1.690,- ATS.

Komfortscanner mit Scanbutton und USB-Anschluss

Mit Scanbutton und USB-Anschluss ist der N 650U ein echter „easy-going" Scanner. Bei hohem Leistungsumfang bietet er ein sehr gutes Preisleistungsverhältnis. Im Erscheinungsbild entspricht er weitgehend dem N 640P, ist mit 3,4 cm sogar noch etwas flacher. Die Auflösung beträgt 600 x 1200 dpi, die interne Farbtiefe von 42 Bit sorgt für eine akkurate Umsetzung von Farben, Tonwerten und Verläufen in fotografischen Bildvorlagen.

Dank der umfangreichen Softwareausstattung (ArcSoft PhotoStudio 2000, ArcSoft PhotoBase 2.1, Caere Omnipage), eignet sich der N 650U für praktisch alle Scanjobs, die im Heim- und Officebereich anfallen. Neben der Software-CD ist auch das USB-Kabel im Lieferumfang enthalten. Zu einem Preis von 1.690,- ATS (Alu Sondermodell N 656U 1.890,-ATS) sind diese beiden Scanner verfügbar.

Topmodell: CanoScan N 1220U

Das Topmodell der neuen kompakten CanoScan N-Familie ist der N 1220U. Die „12" in der Produktbezeichnung weist auf die optische Auflösung von 1200 x 2400 dpi hin. Die Farbtiefe von 42 Bit intern und 24 Bit extern ist wie bei den Schwestermodellen die Grundlage für die hohe Qualität der Scanergebnisse.

Der CanoScan N 1220U ist ebenfalls mit einem Scanbutton ausgerüstet, um den Scanvorgang sofort per Knopfdruck am Gerät starten zu können. Die Stromversorgung erfolgt über den USB-Port, so dass ein Netzteil ent-

Der CanoScan D 660U besitzt eine integrierte Durchlichteinheit für die Digitalisierung von Kleinbildvorlagen

fällt. Äußerlich setzt der CanoScan N 1220U einen besonderen Design-Akzent auf dem Desktop: Das 3,4 cm flache, anthrazitfarbene Gehäuse wird von einer Alu-Abdeckung in edlem Champagner-metallic gekrönt.

Der Scanner läuft unter Windows 98/2000 sowie Apple Macintosh mit USB-Support und wird mit einem umfangreichen Softwarepaket für die digitale Bild- und Texterfassung ausgeliefert. Zur Weiterverarbeitung hochauflösender Scans im professionellen Bereich ist die Software Adobe Photoshop 5.0 LE im Lieferumfang enthalten. Der N 1220U ist um ATS 2.990,- Handel erhältlich.

Scanner für Foto-Fans

Der CanoScan D 660U definiert das Preisleistungsverhältnis bei Fotoscannern neu: für nur 2.490,- ATS erhalten Einsteiger ein preiswertes Einsteigermodell für A4-Scans bis 1200 x 1200 dpi. Der Neue verfügt über eine integrierte Durchlichteinheit für die Digitalisierung von Kleinbildvorlagen. Zwei Scanbuttons und der USB-Anschluss machen

CanoScan N 650U

Installation und Bedienung einfach. Der Preis: 2.490,- ATS.

Die Dreifarb-CCD-Zeile erfasst Aufsichtvorlagen in einem Durchgang (One-pass) mit maximal 600 x 1200 dpi. Die integrierte

CanoScan N 640P

Durchlichteinheit für 35 mm Kleinbildvorlagen erlaubt dank Canon VAROS-Technologie sogar Scans bis 1200 x 1200 dpi. So können Dias oder Negative mit hoher Qualität eingescannt werden.

Bei der Canon VAROS-Technologie handelt es sich nicht um eine Interpolation, sondern um ein optisches Verfahren, um die horizontale Auflösung zu verdoppeln. Bei VAROS (Variable Optical Refraction System) wird die Vorlage in zwei Durchgängen mit jeweils 600 x 1200 dpi gescannt. Die beiden Teilscans werden anschließend zu einem echten 1200 dpi Scan zusammengeführt.
Der CanoScan D 660U verarbeitet die Bilddaten intern mit einer Farbtiefe von 42 Bit. Auf diese Weise können auch kritische Vorlagen mit hohem Kontrastumfang akkurat erfasst werden. Die Scandateien werden extern mit 24 Bit gespeichert, die von allen gängigen Bildbearbeitungsprogrammen verarbeitet werden können.

Dazu kommen gleich zwei Scanbuttons, mit denen wahlweise der Scanvorgang für Auflicht- oder Durchlichtvorlagen gestartet wird.
Über die sich automatisch öffnende ScanGear-Toolbox bestimmt der Anwender die gewünschte Software, beispielsweise für Bildbearbeitung oder Texterkennung. Alternativ kann der Anwender den Scanner natürlich auch über die Twainschnittstelle seiner Software beziehungsweise das Plug-in (bei Apple) aktivieren.

CanoScan N 656U

Canon
Tel. 01/680 88-0
http://www.canon.at

Neue Scannertechnologien bei Canon

◆ **Contact Image Sensoren (CIS):**
Die Contact Image Sensoren sind ebenso breit wie die Vorlage, so dass keine optische Verkleinerung erforderlich ist. Bei den nach dem traditionellen optischen Schema aufgebauten Scannern hingegen treten Abbildungsfehler auf, weil die Abbildung der Scanvorlage auf die Größe der Sensorzeile verkleinert wird. Darüber hinaus sind die Sensoren aufgrund der Zwangsjustierung wartungsfrei.

◆ **VAROS-Technologie**
Das von Canon entwickelte Variable Refraction Optical System (kurz: VAROS) ermöglicht es dem Scanner „zwischen den Zeilen zu lesen". Durch das Verkippen einer Glasplatte im Strahlengang der Scan-Optik wird nach dem ersten Scanvorgang die Vorlage ein zweites Mal - und zwar um 1200 dpi Pixelbreite versetzt - abgetastet. Im ersten Schritt wird die Vorlage mit einer Auflösung von 600 x 1200 dpi gescannt. Die Glasplatte liegt dabei exakt parallel zur Vorlage. Im zweiten Durchgang wird die Glasplatte so in Position gebracht, dass nunmehr die Vorlage zwischen den bereits erfassten Bereichen digitalisiert wird, ebenfalls mit 600 x 1200 dpi. Beide Scans werden anschließend zu einem echten 1200 dpi-Scan zusammengefügt.

◆ **LIDE-Technologie: (LED In Direct Exposure):**
Die LIDE-Technologie zur Beleuchtung der Vorlage benötigt deutlich weniger Strom als die üblicherweise benutzten Fluoreszenz-Lampen. Im Zusammenspiel mit den Contact Image Sensoren ermöglicht sie die besonders kompakte Bauweise. Weitere Vorteile der Technologie: Farbreinheit, keine Erwärmung des Systems und Verschleißfreiheit.

Business Mapping

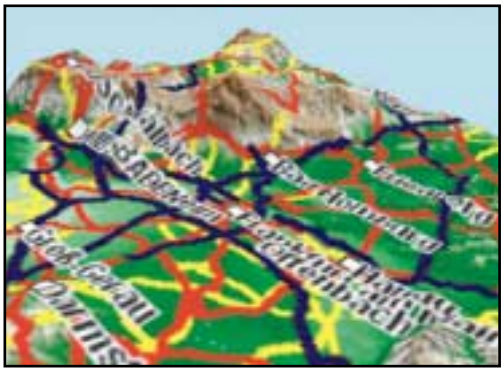
Die deutschsprachige Version von MapInfo Professional v6.0 ist verfügbar. Sie erhält eine Anzahl von technischen Neuheiten und Weiterentwicklungen die das Mapping und die raumbezogene Datenanalysen auf dem Desktop vereinfachen.

MapInfo ermöglicht die Verknüpfung von Unternehmensdaten mit geografischen Informationen und wird in den unterschiedlichsten Branchen eingesetzt. Zu den wichtigsten Features der neuen Version zählen die Unterstützung der Oracle8i-Version, der Multi-User Zugriff für Access, Hot Links für die Anbindung an das Internet, die 3D-Darstellung von Karten und die Erweiterung der Ausgabemöglichkeiten.

Die erweiterte Internetunterstützung ermöglicht dem Benutzer Karten im HTML-Image Format zu generieren oder mit dem WorldWideWeb per Link zu verbinden. Das neue Hot Link-Tool ermöglicht sogar das Setzen eines Links von jedem einzelnen Objekt auf einer Karte zu einer beliebigen Webadresse - oder zu einer lokal gespeicherten Datei, die weitere Detailinformationen enthält. Auf dieses Weise wird die (geo-)graphische Darstellung von Kundendateien um beliebig viele Schichten vertieft und erweitert, was die Möglichkeit einer schnellen Recherche von Hintergrundinformationen, zum Beispiel bei der Beratung von Kunden, verbessert.

Der Datenbankzugriff wird durch die Unterstützung von Oracle8i Spatial in der aktuellen Version 8.1.6 (sowie die weitere Unterstützung von 8.1.5) und Microsoft Access 2000 erweitert. Der Multi-User-Zugriff auf MS Access Tabellen ermöglicht den gleichzeitigen Zugriff von mehreren Nutzern auf eine Tabelle. Die gleichzeitige Sichtung und Bearbeitung von Tabellen ist vor allem bei sehr großen Datenbeständen interessant.

AGIS GmbH
Tel. 01/587 90 70
http://www.agis.at



Falsche CRM-Konzepte

Nachdem schon Frost & Sullivan in einer Studie Alarm geschlagen hatte, bestätigt nun eLoyalty mit einer Umfrage, dass Kundenbindungsprojekte an Beratung im Vorfeld scheitern.

CRM-Software zu besitzen heißt nicht, Customer Relationsship Management im Unternehmen auch tatsächlich umzusetzen - das ist das Ergebnis einer Befragung von eLoyalty Inc. unter Unternehmen quer durch alle Wirtschaftsbereiche. Der weltweit tätige Unternehmensberater und Systemintegrator fand heraus, dass zwar 61 Prozent der befragten Unternehmen CRM-Software angeschafft haben, sie aber nicht nutzen. Der Hauptgrund: schlechte Beratung. Die gekauften Produkte entsprechen nicht dem tatsächlichen Bedarf. Dazu kommt - so Frost & Sullivan in seiner Studie: „European Relationship Management Markets: End User Study" - derzeit ein zu hohes Preisgefüge.

„Customer Relationsship Management ist mehr als nur das Aufspielen einer Software", betont Vaugham Thomas, CEO International Operations bei eLoyalty. „Wenn unsere Berater in ein Unternehmen kommen, verwenden sie 80 Prozent ihrer Zeit darauf, vorhandene Strukturen zu analysieren und eine Architektur für ein maßgeschneidertes CRM-Projekt zu entwikkeln. Nur ein Fünftel der Beratungszeit wird durch die tatsächliche Umsetzung der Lösung gebunden."

Viele Unternehmen haben sich für Komplettlösungen entschieden, da diese auf den ersten Blick schnell einen umfassenden Einsatz versprechen, so die weiteren Ergebnisse der Befragung. Erfolgversprechender ist jedoch, sich bedürfnisorientiert eine Best-of-Breed-Lösung zusammenstellen zu lassen. Die jüngste Studie von Frost & Sullivan zum Customer Relationship Management bestätigt, dass das Rundum-Angebot von der Stange den Bedürfnissen der Firmen nicht gerecht wird: zu wenig ausgereift und dafür zu teuer lautet das vernichtende Urteil über die meisten Software-Pakete zur Kundenbindung. Immerhin ein Fünftel der befragten CRM-einsetzenden Unternehmen überlegen sich, so Andy Tanner Smith, Industry Analyst bei Frost & Sullivan, nach einer für sie passenderen Lösung Umschau zu halten. „Es ist äußerst schwierig, standardisierte CRM-Lösungen mit vorhandenen Programmen zu verknüpfen. Gerade das ist aber die Voraussetzung, um unternehmensweit eine einheitliche Sicht auf den Kunden zu schaffen", erläutert Vaugham Thomas. „Bevor es an den Kauf einer Software geht, ist daher eine eingehende Analyse der Erwartungen und Ziele, die mit dem CRM-Projekt verknüpft sind, unumgänglich."

http://www.frost.com
http://www.eloyaltyco.com

Document Consulting Services

„The Office You Want“ von Xerox bietet umfassende Beratung in Bezug auf Prozessanalyse, beziehungsweise Prozess Reengineering, sowie Anforderungsdefinitionen bis hin zur Entwicklung und Integration einer vollständigen Dokumentenstrategie.

Die Gesamtkostenbelastung, die durch das Drucken von Dokumenten entsteht, entspricht 6% bis 15% des Gesamtumsatzes eines Unternehmens. Vor diesem Hintergrund bietet Xerox Kunden sein Office Document Consulting an. Es handelt sich dabei um eine eingehende Situationsanalyse. Das Leistungsspektrum von Office Document Consulting umfasst:

- Office Document Assessment - eine auf Fakten basierte Methode zum Aufzeigen bestehender Büroabläufe beim Drucken, Kopieren und Faxen. Der Ablauf, bestehend aus sechs Phasen, definiert einen detaillierten Plan für eine optimale Bürotechnologie. Durch Analysen werden messbare Einsparungen durch Konsolidierung der Maschinen aufgezeigt und unzureichende Technologien identifiziert, basierend auf Fakten zur Produktivitätssteigerung der Endnutzer durch kundenindividuelle Dienstleistungs-Lösungen.
- Life Cycle Management - das Auffinden und zeitgerechte Versenden, Bearbeiten und Produzieren von Dokumenten kostet vielen Unternehmen unnötige Zeit und Belastung. Deshalb hat Xerox ein „Document-Life-Cycle-Management“ entwickelt, das alle mit einem Dokument verbundenen Tätigkeiten in einen einheitlichen - und für alle zugänglichen Kreislauf einbindet: Erfassen, Scannen und Digitalisieren, Archivieren, dezentrales Be- und Verarbeiten, Versenden (ob extern oder intern), Drucken, Endverarbeiten und Verschicken.
- Network Services - liefern Paket- und Individuallösungen zur Erhöhung der Netzwerkproduktivität und zur Einführung von Digital- und Farbplattformen.
- Projektmanagement - durch die langjährige Erfahrung mit Kunden aus den unterschiedlichsten Branchen und Bereichen kann XBS als kompetenter Partner, sowohl bei der Beratung, als auch bei der Planung und Umsetzung der individuellen Lösungen auftreten. ❑

http://www.xerox.at

Eizo mit Plasmaschirm

Eizo bringt mit dem Plasma Display Panel P5070 seinen ersten Plasma-Bildschirm auf den Markt.

Unübersehbarer Blickfang: Plasma-Bildschirm von Eizo

Das Modell bietet eine sichtbare Bilddiagonale von 127cm und eine Auflösung von 1280 x 768 Bildpunkten. Mit vier verschiedenen Eingängen deckt das Multifrequenz-Interface so ziemlich alle gängigen Bildsignale ab. So können Computerdaten ebenso wie Videos dargestellt werden. Plasma-Displays eignen sich vor allem als augenfällige, vermietbare Werbeflächen. (Irgendwie muss man ja auch den derzeit noch sehr hohen Anschaffungspreis - in diesem Fall rund 257.000 ATS inkl.Mwst. - wieder hereinbekommen.) Das Besondere an diesen Displays ist das im Verhältnis zur Größe geringe Gewicht (etwa 40kg) und die Tiefe von nur 98 Millimeter.

http://www.hayward.at

Haustechnik-CAD

Mensch und Maschine hat seine Haustechnik, RoCAD R2, erweitert.

Die neue Version wurde in den Bereichen Formteile, integrierte Berechnungen, Positionsnummern und Bedienung erweitert und verbessert.

- Neue Formteile

Im Gewerk Heizung gibt es neu Verteilerbalken, Pumpen und Ventile, mit denen sich dreidimensionale Heizzentralen rasch konstruieren und visualisieren lassen.

- Integrierte Berechnungen

Um Leitungssysteme zu dimensionieren, kann der Benutzer Lasten, Volumenstrom, Geschwindigkeit eingeben und Leitungsbreite, - höhe oder Durchmesser fixieren. Die Software berechnet dann grob die Auslegung des Systems und gibt die Werte in einer Excel-Datei aus.

- Einfache Arbeit mit Positionsnummern

Für ausführende Betriebe sind Positionsnummern in der CAD-Zeichnung zwingend notwendig. RoCAD hat die Verwaltung von Positionsnummern jetzt bedeutend vereinfacht: Der Benutzer kann zum Beispiel einstellen, ob gleiche Teile nur mit einer Nummer aufgenommen werden sollen, ob Kaufteile besonders gekennzeichnet werden sollen u.v.a.

- Abwassersysteme neigen

Damit wird die 3D-Konstruktion von zentralen und komplexen Leitungssystemen weiter vereinfacht. Der Benutzer legt den Neigungswinkel in Grad oder Prozent fest und markiert diejenigen Teile, die fest positioniert sind und nicht verändert werden dürfen (wie zum Beispiel der Siphon an einer Badewanne).

http://www.mum.de

Kompakter Laserdrucker

Xerox erweitert seine breite Laserdrucker-Produktpalette mit dem DocuPrint P1210.

Druckt bis zu 12 A4-Seiten/Minute: Xerox DocuPrint P1210

Der neue Drucker zeichnet sich durch eine Druckgeschwindigkeit von bis zu 12 Seiten pro Minute bei einer maximalen Auflösung von 1200 dpi aus und bietet zusätzlichen technischen Features, die auf die speziellen Bedürfnisse im Heim- und Bürobereich zugeschnitten sind.

In der Grundkonfiguration ist der Laserdrucker P1210 mit 4 MB Speicher ausgestattet und kann optional auf bis zu 68 MB aufgerüstet werden. Das Papierfach fasst bis zu 350 A4 Blatt und kann optional um ein Zusatzfach für weitere 550 A4 Blatt erweitert werden. Optional ist die Netzwerkeinbindung möglich.

Der DocuPrint P1210 ist serienmäßig mit einer parallelen und USB Schnittstelle ausgestattet und unterstützt PCL 6, PCL 5e sowie Epson Emulationen (PostScript Level 3 optional) und bedruckt alle gängig Drukkmedien bis hin zu Folien und Etiketten. Preislich ist er etwas unter 10.000 ATS inkl.MwSt. angesiedelt.

Xerox Austria
Tel. 01/240 50-0
http://www.xerox.at

Optimierte Video-Darstellung im Browser

Verkehrsknotenpunkte, Parkhäuser, Museen und vieles mehr als Live-Video über das Internet.

Verkehrsinformation-Online mit Live-Kameras koelnverkehr.de nützt dafür die Video-Technologie von Netsystec

Das innovative Video-Darstellungssystem VideoShuttle 16 ist jetzt in einer neuen Provider-Version verfügbar. Sie ermöglicht die Darstellung von Live-Videobildern über herkömmliche Browser wie zum Beispiel Internet Explorer oder Netscape Navigator.

Als erster Pilotanwender nutzt der Kölner City-Carrier Netcologne das VideoShuttle-System für einen neuen Service, mit dem Benutzer vor Fahrtantritt per Internet-Browser wichtige Verkehrsknotenpunkte in Köln auf die aktuelle Verkehrsdichte prüfen und entsprechend ihre Fahrtrouten planen können (http://www.koelnverkehr.de). Als Branchenlösung für die Finanzwirtschaft ist der Video-Shuttle bereits in zahlreichen Installationen im Einsatz. Aufgrund seiner hohen Prozessorleistung eignet es sich für anspruchsvollste Anwendungen im Bereich der Internet-basierten Videodarstellung. Das System, an das maximal 16 Kameras anschließbar sind, wurde für Livedarstellungen ausgelegt, unterstützt optional aber auch Aufzeichnungen. Dies sogar bis zu 15 Minuten rückwirkend. Die Kameras lassen sich individuell ansteuern. Alternativ ist auch eine Gesamtschau aller 16 Kameraeinstellungen möglich.

Netsystec GmbH
Tel. 0049-221/68 923-0
http://www.netsystec.de

Lexmark Z12
Low-Cost Fotodrucker

Mit dem „Z12" hat Lexmark einen Drucker für jene Anwender herausgebracht, die zwar nur wenig Geld ausgeben möchten, aber trotzdem auf den Ausdruck von Fotos nicht ganz verzichten wollen.

Der „Z12" ist ein Einkopf-Drucker, der mit seiner hohen Auflösung „Texte und Bilder in erstklassiger Qualität druckt", wie Lexmark betont. Dabei ist er dank seines neu überarbeiteten und verbesserten Treibers ganz einfach zu bedienen. So erfolgt beispielsweise die Installation des Druckers nur mit einem einzigen Mausklick!

Damit und mit einem Listenpreis von rund 1.284,- ATS inkl.MwSt. Schilling wird dieses Modell insbesondere für viele Anwender interessant, denen ein Fotodrucker mit guter Bildqualität bislang einfach viel zu teuer war.

Gerade in dieser Preisklasse noch nicht immer zu finden ist Geschwindigkeit. Hier setzt der Z12 Maßstäbe, er bedruckt sechs Textseiten bzw. drei Farbseiten pro Minute und stellt damit auch einige um vieles teurere Mitbewerber in den Schatten. Ebenfalls ungewöhnlich (nicht nur in dieser Preisklasse) ist das „Futter" des Druckers. Der Z12 verdaut auch stärkeres Papier bis zu 272 g/m² im Dauerbetrieb. In Einzelfällen kommt er sogar mit Karton von mehr als 500 g/m² zurecht. Da er sowohl mit der PC-Druckerschnittstelle (Parallelport) als auch mit USB ausgestattet ist, kann er an PCs und Macs angeschlossen werden und ist somit ein „Drucker für beide Welten". (ah)

http://www.lexmark.at

High-Tech mit Ästhetik

Philips erweitert seine erfolgreichen LCD-Bildschirme um das Modell 150X.

Edles Outfit gepaart mit technischer Leistungsfähigkeit: Philips 150X LCD-Monitor

Das neue Display besitzt eine Bilddiagonale von 15,1 Zoll und bietet ein Auflösung von 1024 x 768 Pixel. Als erster Philips LCD-Monitor ist das Display des 150X zusätzlich zur vertikalen Schwenkmöglichkeit höhenverstellbar. Die Funktionsausstattung umfasst ebenso Stereolautsprecher und ein Mikrofon, um den Schreibtisch von zusätzlicher Peripherie zu befreien. Für Ordnung sorgt auch ein ausgereiftes Kabelmanagement, womit sich der 150X von allen Seiten als Blickfang erweist.

Zusätzlich zum üblichen analogen D-Sub Anschluss bietet dieser Monitor auch einen digitalen Eingang nach dem DVI-D Standard. Die Nutzung einer entsprechenden digitalen Grafikkarte ist somit kein Problem.

Die Kosten für das neue Modell belaufen sich auf rund 19.990,- ATS inkl.MwSt.

http://www.philips.at

Speicherlösungen mit LTO-Technologie

Fujitsu Siemens bietet Speicherlösungen für Firmenkunden durch die Einführung der LTO (Linear Tape Open)-Bandtechnologie für Solaris-, Reliant UNIX- und Windows2000/NT-Plattformen.

Neue Speicherlösungen von Fujitsu Siemens bieten bis zu 7 Terabyte Kapazität

Die LTO Ultrium-Technologie ist besonders geeignet für die automatische Sicherung und Archivierung in offenen Systemen und repräsentiert einen neuen offenen Standard für 1/2-Zoll-Bandkassetten. In diesem Bereich waren bisher DLT (Digital Linear Tape) führend.

Die LTO-Technologie bietet besondere Vorteile bei der Datenkompression, Spuranordnung und Fehlerkorrektur. Die neuen LTO-Produkte von Fujitsu Siemens Computers sorgen für die automatische Sicherung und Wiederherstellung von Daten im Volumen zwischen 700 Gigabyte und 7 Terabyte mit einem Datendurchsatz von 50 bis über 300 Gigabyte pro Stunde. Je nach Struktur der wiederherzustellenden Daten werden durch Verwendung von Kompressionstechnik sogar noch höhere Raten erreicht.

http://www.fujitsu-siemens.at

Easy PC von Fujitsu-Siemens

Einfaches Setup, einfacher Einsatz, einfache Erweiterung

„Celvin": Einfache PC-Konzepte von Fujitsu-Siemens

„Celvin" ist der ersten Easy PC von Fujitsu Siemens. Er baut auf der EasyNow!-Plattform von AMD auf. Der Rechner erfüllt die Anforderungen der Easy PC-Intitiative und basiert auf einem neuartigen Hardwaredesign. Die Schwerpunkte des neuen PC-Konzepts sind:

- Einfaches Setup - das Gerät ist vorkonfiguriert
- Einfache Erweiterung durch USB-Technologie (Ersatz der seriellen, parallelen- und PS/2-Ports durch USB)
- Einfacher Einsatz - mit Instantly Available/OnNow für schnelle Wiederaufnahme der Arbeit, flotteren Betrieb und höhere Zuverlässigkeit. Erreicht wird dies durch weitgehenden Verzicht auf ältere Hardware-Standards sowie durch Selbstreparatur-Funktionen.
- Neue Formfaktoren - Neue Spezifikationen wie beispielsweise das FlexATX-Motherboard erlauben den Bau von PCs mit deutlich geringerer Stellfläche und innovativem Design.

Es stehen derzeit zwei Modelle zur Verfügung: basierend auf dem Prozessor AMD K6-II mit 450 MHz beziehungsweise auf einem AMD K6-2+ 500/533-MHz-System (sobald verfügbar).

http://www.fujitsu-siemens.at

IBM Infoprint 12 Netzwerkdrucker für Kleinbüros

Speziell auf den Home-Office-Bereich zielt IBM mit seinem Infoprint 12 Laserdrucker.

Der kleine Schwarzweiß-Laserdrucker erzielt eine Auflösung von 1.200 x 1,200 Punkten und druckt zwölf Seiten in der Minute. Der Drucker verfügt über einen IBM 32 Bit RISC-Prozessor mit 66 MHz und einen Speicher von 4 MB. Bei Bedarf lässt sich der Speicher auf bis zu 68 MB aufrüsten.

Der Papiervorrat beträgt standardmäßig 350 Blatt. Mit einem zusätzlichen Eingabefach läßt sich das Fassungsvermögen um weitere 550 Blatt steigern. Das beidseitige Bedrucken von Dokumenten ist allerdings nur durch eine manuelle Duplex-Funktion möglich.

Der Rechner kann wie seine großen Brüder in allen Funktionen über das Netzwerk gesteuert werden. Über das Remote Control Panel kann der Nutzer die Druckereinstellung von jedem angeschlossenen Drucker verändern.

So können die Benutzer jederzeit den Status aller Druckeraufträge abrufen, die der Infoprint 12 zu erledigen hat. Der Drukker läuft mit Windows, Macintosh- und Linuxsystemen. Das Gerät verfügt über eine serielle und eine USB-Schnittstelle und kann optional mit einem Ethernet-Anschluss ausgestattet werden.

http://www.ibm.at

MCP steht für Microsoft Certified Professional, ein Zertifikat das seinem Inhaber fundierte Kenntnisse eines oder mehrerer Microsoft-Produkte attestiert. Das MCP-Diplom wird weltweit anerkannt und der MCP-Status ist stets personen-, nicht unternehmensbezogen. Wechselt ein MCP den Arbeitsplatz, so behält er die MCP-Zertifizierung bei.

Ilse u. Rudolf Wolf

Viele Wege führen zum MCP

In diesem Beitrag wird veranschaulicht, wie Sie eine Zertifizierung erlangen können und wie Sie sich richtig auf die Prüfung vorbereiten.

Wie wird man ein MCP?

Im Schulungsbereich arbeitet Microsoft eng mit zertifizierten Trainingspartnern zusammen. Das Angebot dieser Microsoft Certified Technical Education Center (MS CTEC) bietet, zielgerichtet auf die Anforderungen des IT-Alltages, qualitativ anspruchsvolle technische Trainings und bereitet auf die Prüfungen des internatonal anerkannten Zertifikates als Microsoft Certified Professional (MCP) vor. Das Ablegen der Examen erfolgt in eigens dafür vorgesehenen Prüfungszentren (VUE und Prometric).

Eine detaillierte Übersicht der Zertifizierungsprogramme und die MS CTEC in Österreich erhalten Sie im Internet unter http://www.microsoft.com/austria/mcp.

Vier Trainingsmethoden zum Microsoft Certified Professional

Für die Ausbildung zum Microsoft Certified Professional sowie zu allen aufbauenden Zertifikaten gibt es verschiedene Trainingsmethoden, die sich selbstverständlich auch kombinieren lassen:

- Klassisches Training in einem Microsoft Certified Technical Education Center.
- Neben der currikularen Ausbildung in autorisierten Trainingscentern bietet sich als kostengünstigere Alternative das Selbststudium an. Hier erhält der Praktiker in EDV und Netzwerktechnik die zum Bestehen der Prüfungen erforderlichen Informationen. Empfehlenswert sind hier die Trainingkits von Microsoft Press, die sich durch ein sehr gutes Preis- Leistungsverhältnis auszeichnen.
- Microsoft Mastering Series: Selbststudiumunterlagen für MCSD und MCP.
- Nutzung von virtuellen Lernplattformen mit Online-Lernberatung (siehe CTEC Angebote wie z.B. e-le@rning oder SKIN)

Zur erfolgreichen Zertifizierung wird die folgende Vorgehensweise empfohlen:

Schritt 1: Entscheiden Sie welche Zertifizierung für Sie die richtige ist. Derzeit gibt es die folgenden Titel:

- Microsoft Certified Professional (MCP) - Sie haben sich umfangreiche Kenntnisse in mindestens einem Microsoft Produkt erworben und können dieses professionell einsetzen.
- Microsoft Certified Professional + Internet - können neben der Entwicklung von Intranet- und Internet-Lösungen auf spezielles Wissen rund um die Betreuung von Internet-Servern zurückgreifen.
- Microsoft Certified Professional + Site Building - haben die Fähigkeit, Informationssysteme im Internet zu planen, zu entwickeln, zu warten und zu unterstützen.
- Microsoft Certified Solution Developer (MCSD) - sind in der Lage, mit Microsoft Entwicklungstools, Technologien und Plattformen Business-relevante Lösungen zu entwerfen und zu realisieren.
- Microsoft Certified Database Administrators - sind in der Lage, Microsoft SQL Server-Datenbanken einzuführen und zu administrieren. Richtig für Personen, die Aufgaben erfüllen im Berich Datenmodeling, Datenbank-Design oder -Layout.
- Microsoft Certified Systems Engineer (MCSE) - verfügen über die Qualifikation, Windows NT/2000- und BackOffice-basierte IT-Plattformen effizient zu planen, zu implementieren sowie zu warten und zu unterstützen.
- Microsoft Certified Systems Engineer + Internet - beherrschen zudem die Planung, Entwicklung und Wartung komplexer Intranet- und Internet-Lösungen.

- Microsoft Certified Trainer (MCT) - kann durch das Zertifikat sein Fachwissen sowohl im technischen wie auch im didaktisch/pädagogischen Bereich belegen. Allein technisches Wissen reicht nicht, um dieses auch an andere weiterzugeben, ein MCT hat nachweisliche Trainingserfahrung und eine dementsprechende Ausbildung. Anders ausgedrückt: MCTs sind keine Techniker die Schulungen machen, sondern wirklich ausgebildete Trainer mit bereits absolvierter mindest Ausbildungserfahrung. Ab Jänner 2001 muss jeder MCT zumindest MCSE, MCSD oder MCDBA sein.
- Microsoft Office User Specialst (MOUS) - ein von Microsoft autorisiertes Programm zur Überprüfung Ihrer Kenntnisse im Umgang mit den Microsoft Office Produkten. Der MOUS-Standard ist weltweit akzeptiert; er zertifiziert Ihre Fähigkeiten sowie Ihre Produktivität und garantiert Ihnen und Ihrem Unternehmen einen beträchtlichen Wettbewerbsvorteil.

Schritt 2: Beschaffen Sie sich die „Exam Preparation Guides" für das Examen, das Sie ablegen wollen.
Schritt 3: Legen Sie Ihre bevorzugte Trainingsmethode fest.
Schritt 4: Sammeln Sie ausgiebige Produkterfahrung und machen Sie sich durch intensiven täglichen Umgang mit Praxisbeispielen fit für den nächsten Schritt.
Schritt 5: Testen Sie Ihren Wissensstand anhand eines Beispieltests (eines so genannten Assessment-Examens). Die Assessment-Examen erhalten Sie über die folgende Internet-Seite: www.microsoft.com/mcp/examinfo/practice.htm.
Schritt 6: Sobald Sie sich fit für das Examen fühlen, melden Sie sich, persönlich, telefonisch oder direkt über Internet, in einem Prometric oder Vue Testing Center an.

Microsoft Certified Professional

Wählen Sie Ihr Vorbereitungstraining

Die Dauer um eine Microsoft Zertifizierung zu erlangen hängt davon ab, welche Vorkenntnisse Sie bereits haben, wie Sie sich vorbereiten, die Art des Trainings die Sie auswählen und andere Faktoren.

Für die gezielte Vorbereitung auf die Examen werden, nur von MS CTEC´s, die so genannte Microsoft Official Curriculum (MOC) Seminare angeboten. Hierbei handelt es sich um Technische Trainings, die von Microsoft entwickelt wurden und die Grundlage für qualitativ hochwertige Seminare darstellen. Natürlich können MOC Seminare auch besucht werden, wenn Sie nicht den Weg einer Zertifizierung gehen möchten.

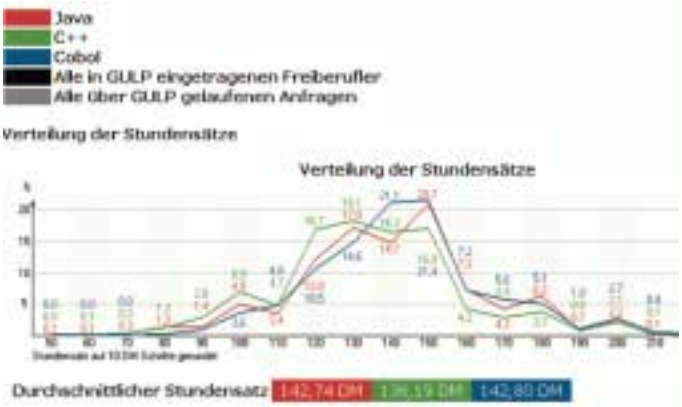
Sie sollten irgendwo beginnen...

...am besten direkt mit Windows 2000. Wer sich auf dieser Systemplattform gezielt weiterbildet, der hat die Zukunft in der Tasche. Weitere Informationen: http://www.microsoft.com/austria/m

Trends im IT Projektmarkt

Sie sind freiberuflicher IT-Spezialist oder Projektleiter? Dann werfen Sie einen Blick auf den Trend Analyzer unter http://www.gulp.de/kb/mt/main.html .

GULP, das deutsche Web-Portal für IT Projekte, gibt mit dem Trend Analyzer Spezialisten eine kostenlose Recherchequelle an die Hand. Der Trend Analyzer errechnet für Sie nach frei wählbaren IT Qualifikationen die monatlichen und regionalen Markttrends, Stundensätze sowie demographische und statistische Kennwerte. Als Datenbasis dienen die Profile der über 16.000 Freiberufler in der GULP Datenbank sowie die Projektanfragen von mehr als 500 Projektanbietern. Sie können über das Webformular bis zu drei IT-Fachbegriffe kombinieren und automatisch abfragen lassen. Der Trend Analyzer bringt Ihnen dann die für die letzten zwölf Monate aufgeschlüsselten Daten auf den Schirm - inklusive grafischer Aufbereitung. Ein gutes Tool, um rasch ein Gefühl für die aktuellen Trends zu bekommen.



Als Beispiel hier das Ergebnis einer Trend Analyse für die drei Programmiersprachen J ava, C++, Cobol. Der Altersdurchschnitt der freiberuflichen Cobol-Projektspezialisten liegt - wenig überraschend - deutlich über dem der J AVA-Freaks. Bei den Stundensätzen führt Cobol ganz knapp vor J AVA, während C+ Programmierer deutlich billiger zu haben sind.

Auf dem IT-Arbeitsmarkt ist die Situation besonders angespannt, die Unternehmen können nicht genug Fachkräfte bekommen. Schon heute sind 80 Prozent aller IT-Berufseinsteiger branchenfremd.

Attila Pausits

Neue Berufsbilder durch die New Economy

Von Yuppies zu Yetties und weiter...?!

Gleichzeitig geht die Europäische Kommission davon aus, dass der IT-Markt - insbesondere die Teilbereiche „TIME" (**T**elekommunikation, **I**nformationstechnologien, **M**edien und **E**lektronik) - in Europa bis zum Jahr 2005 um etwa 70 Prozent wächst. Kaum eine andere Branche verfügt auf lange Sicht über vergleichbare Potentiale wie diese immer stärker zusammenwachsenden Wirtschaftsbereiche.

Die New Economy, angetrieben von der Technologieentwicklung, reformiert die Arbeitswelt. Die neuen Ideen brauchen auch Leute, die sie umsetzen können. Diese sind heute - wie die Yuppies der 80er Jahre - die „Yetties", die „young, entrepreneurial, techbased" IT-Spezialisten. Startups wie renommierte Unternehmen sitzen im gleichen Boot und versuchen Yetties zu angeln. Die gefragtesten IT-Spezialisten sind Softwareentwickler, Programmierer sowie System- und Netzwerkspezialisten. An dritter Stelle kommen die IT-Berater; sie sind die Visitenkarte eines IT-Lösungsanbieters.

IT-Experten für Anwenderfirmen

Doch die Situation in der IT-Branche ändert sich. Neben den Soft- und Hardware-Herstellern brauchen nun auch Anwenderfirmen verstärkt IT-Experten.

Anwenderfirmen sind branchenübergreifend alle Unternehmen, die sich in den letzten Jahren umfassend mit Computernetzwerken und betriebswirtschaftlicher Software ausgestattet haben. Sie benötigen vor allem IT-Fachkräfte mit Mischqualifikationen, da bei ihnen die EDV eng mit dem jeweils relevanten Anwendungsbereich verknüpft werden muss. Neben den „herkömmlichen IT-Berufsbildern" bilden sich in rasanter Geschwindigkeit neue Arbeitsbereiche heraus. Die Informationsgesellschaft braucht Generalisten. Der Traumbewerber bringt sowohl fundierte Kenntnisse im technischen als auch in einem zusätzlichen Bereich - wie zum Beispiel im Vertrieb oder in Grafik-Design - mit.

Dipl.-Kfm. Attila Pausits ist Lehrgangsleiter Telematik Management und wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Donau-Universität Krems

Die richtige Mischung zählt

Aber es hat heute auch ein Meeresbiologe die Möglichkeit, schnell zum IT-Berater zu werden. Früher waren die Arbeitsbereiche eng mit den Berufen verbunden. In der Zukunft kommt es dagegen auf die Mischung an.

Dies bedeutet, dass Arbeitskräfte, die Probleme haben, in den von ihnen erlernten Berufen Jobs zu finden, durch IT-Zusatzqualifikationen ihre Berufschancen steigern können. Diese Mischqualifikationen erzeugen wiederum neue Berufsbilder. Jede ist gezwungen, sich selbst als Produkt immer wieder neu zu entwickeln und zu verkaufen. Aus dem lebenslangen Lernen ist ein Relaunch der eigenen Fähigkeiten geworden.

Postgraduale Weiterbildung stark nachgefragt

Wir erhalten an der Donau-Universität Krems ständig Anfragen zu Kursangeboten, die diverse Sparten zwischen Technik, Management und neue Medien anvisieren. Die Nachfrage nach postgradualer Weiterbildung ist besonders groß.

Mit ihrem Kursangebote (www.tim.donau-uni.ac.at) - wie zum Beispiel der Telematik Management Lehrgang - setzt die Donau-Universität Krems an der Schnittstelle von Technik und Management an und bildet Generalisten in Telekommunikation, IT, Medien und Organisation aus.

Zu den Zielgruppen gehören Menschen die „IT-uptoday" sein wollen. Nicht nur Techniker sondern beispielsweise auch Rechtsanwälte, Architekten, Sozialpädagogen bewerben sich. IT fließt in jedem Fachgebiet mit ein. Wer sich nicht weiterbildet, bleibt auf der Strecke. ❑

http://www.tim.donau-uni.ac.at

SAP Business Management Center

Der erste Lehrgang am SAP Business Management Center ist abgeschlossen. Der nächste startet im Oktober.

Erfolgreicher Abschluss: Der erste Lehrgang am SAP Business Management Center

Nach fünfmonatiger Studienzeit erhielten die Absolventen des ersten Postgraduate Lehrgangs am SAP Business Management Center ihre Diplome - und Mag. Sabine Gant, Leiterin der SAP-Ausbildungsstätte zog eine sehr positive Bilanz: „Alle unsere Absolventen konnten mit dieser Zusatzqualifikation ihre Stellung im Unternehmen wesentlich verbessern oder in besseren Positionen bei neuen Arbeitgebern beginnen."

Die Management Ausbildung mit SAP-Background richtet sich an Personen mit abgeschlossenem Hochschulstudium und mindestens zweijähriger Berufserfahrung beziehungsweise an Personen mit mehrjähriger einschlägiger Praxis im IT- oder Beraterumfeld, Controlling oder Logistik. ❑

SAP Business Management Center
Tel. 02243/37 080-0
http://www.sap.com/austria/bmc

Office & Internet
MS Access 95/97/2000 Einführung, 2 Tage, 9.360,- ATS
MS Access 95/97/2000 Aufbau, 2 Tage, 9.360,- ATS
MS Excel 95/97/ 2000 - Einführung, 2 Tage, 6.000,- ATS
MS Excel 95/97/ 2000 - Aufbau, 2 Tage, 6.000,- ATS
MS PowerPoint 95/97/2000, 1 Tag, 4.200,- ATS
MS Word 95/97 oder 2000 Einführung, 2 Tage, 6.000,- ATS
MS Word 95/97 oder 2000 Aufbau, 1 Tag, 3.000,- ATS
MS Windows NT 4.0 Workstation - Einf., 1 Tag, 4.200,- ATS
Einführung in das Internet für Anwender, 1 Tag, 4.200,- ATS

Projektplanung
MS Project 98 Einführung, 2 Tage, 8.400,- ATS
MS Project 98 Aufbau, 1 Tag, 4.200,- ATS

Unix & Programmierung
Unix Grundkurs I, 2 Tage, 11.400,- ATS
Unix Grundkurs II, 2 Tage, 11.400,- ATS
Unix-Shell Programmierung, 2 Tage, 12.240,- ATS
Visual Basic- Einführung, 2 Tage, 9.840,- ATS

Cognos Business Intelligence
Einführung in Impromptu, 1 Tag, 6.600,- ATS
Impromptu Administration, 2 Tage, 13.200,- ATS
Berichterstellung mit Impromptu, 2 Tage, 13.200,- ATS
Daten analysieren mit PowerPlay, 1 Tag, 6.600,- ATS
PowerPlay Administration, 2 Tage, 13.200,- ATS
(Termine laufend. Alle Preisangaben inkl.MwSt.)

Ausbildungsberatung und weitere Informationen:
SIS Schulungscenter, Tel: 01/368 65 00 DW 110
http://www.sis.co.at/

Bildungstrend: Lernen per Internet

Mit Interactive e-Learning (IeL) startet man bei Global Knowledge das „Educating the Internet Generation".

Die Meinungen über den Erfolg von E-Learning Methoden sind geteilt. Euphorie und totale Ablehnung stehen sich gegenüber. Kritikpunkte sind vor allem der Mangel an persönlicher Ansprache an den „anonymen" Trainer und die fehlende soziale Kommunikation der Kursteilnehmer untereinander. Tatsächlich werden nach wie vor sehr viele der angebotenen Kurse nicht beendet. Viele Studenten stehen ratlos vor einem immensen Arbeitspensum und geben wegen mangelnder Unterstützung einfach auf. Während in vielen Ländern Ausbildung per Internet schon alltäglich geworden ist, ist die Anwendung dieser Technologie in Österreich noch wenig verbreitet. Derzeit handelt es sich bei vielen der angebotenen Kurse mehr oder weniger nur um computerunterstützte Fernlehrkurse; die Internet-basierenden Komponenten dieser Lehrgänge kommen oft noch zu kurz beziehungsweise sind noch nicht genug erprobt oder technisch ausgereift. Dem möchte Global Knowledge mit seinem Angebot entgegenwirken.

Interactive e-Learning

IeL ist ein interaktiver Kurs im virtuellen Klassenraum, der durch Live-Moderation eines Trainers über das Internet geführt wird. Die Kursteilnehmer haben, wo immer sie sich auch befinden, Zugang per Internet. Mittels Kopfhörer und Mikrofon haben sie eine direkte Verbindung zu ihrem Global Knowledge Trainer. Der Trainer nimmt zu fix vereinbarten Zeiten mit den Studenten persönlich die Kursinhalte sowie allfällige Probleme durch und kümmert sich um den Lernfortschritt seiner Kursteilnehmer. Es gibt auch einen „Online-Fragebutton".

Diese Live-Module in Kombination mit Selbstlern-Modulen und dem Einsatz verschiedener Kommunikationsmethoden (Chat`s, Newsgroups,...) ergeben ein auf die Bedürfnisse der Teilnehmer abgestimmtes Trainingsprogramm.

Beim Kursangebot wird zum Beispiel E-Learning für die Ausbildung zum MCSE (Microsoft Certified Systems Engineer) seit letzten Herbst angeboten.

http://www.globalknowledge.at

„Mit Interactive e-Learning lernen Sie, wo immer Sie sich gerade befinden und wann Sie wollen. Auch wenn kein Trainingscenter in Ihrer Nähe ist." - Oliver Kastner, Curriculum Manager Internet bei Global Knowledge Network

WIFI TELE LEARNING

Das virtuelle WIFI

Alleine lernen ohne allein gelassen zu sein!

Infos zu TeleLearning-Kursen:
www.wifiwien.at

WIFI WIEN
WIRTSCHAFTSKAMMER

INSERAT COM-TRAINING

TRAININGS

Check Point FireWall-1	20.-24.11.2000 04.-08.12.2000
Security Auditing	13.-14.11.2000 11.-12.12.2000
Netzwerksicherheit und Firewalls	11.-13.12.2000
Domain Name Service	06.-07.11.2000 18.-19.12.2000
TCP/IP Grundlagen	20.-21.11.2000
TCP/IP Aufbau	22.-24.11.2000
Nokia Firewall	27.-28.11.2000 20.-21.12.2000
PGP E-Mail-Verschlüsselung	13.-14.12.2000

INTEGRALIS
Mariahilfer Strasse 123/3 - 1060 Wien
Tel: 01/59999 629 - Fax: 01/ 59999 6040 - E-Mail: info@integralis.at

Bewerbungscoach im Internet

Ein neues Online-Tool des AMS hilft bei der Jobsuche

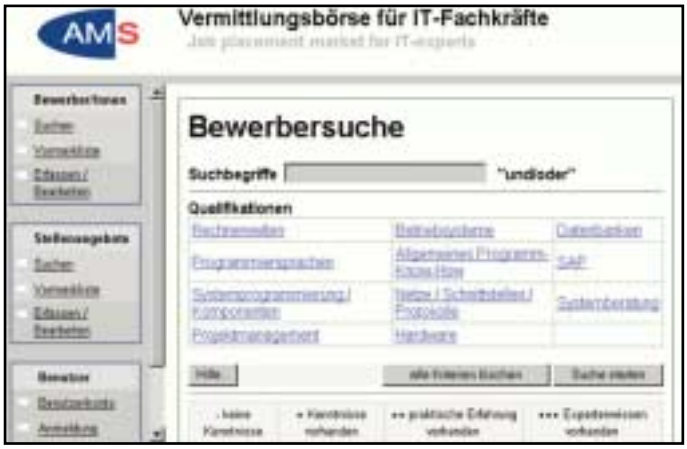
Bewerbungsunterlagen braucht jeder, der sich auf Jobsuche befindet. Dabei ist die Qualität der Unterlagen besonders wichtig. Denn nur ein gutes Bewerbungsschreiben und ein übersichtlich erstellter Lebenslauf bilden die Basis für eine erfolgreiche Bewerbung. Unter http://www.bewerbungscoach.at finden Arbeitsuchende jetzt Unterstützung beim Schreiben von Bewerbung und Lebenslauf

Über Formulierungsvorschläge und viele Tipps und Tricks aus der Praxis der Jobsuche wird es möglich, maßgeschneiderte Bewerbungsunterlagen zu erstellen. Diese können entweder sofort per E-Mail an ein Unternehmen verschickt oder für später zum Ausdrucken abgespeichert werden. Im umfassenden Infobereich gibt es zudem Wissenswertes zum Thema Arbeitsuche und nützliche Links für die Jobsuche.

http://www.bewerbungscoach.at
http://www.ams.or.at

Vermittlungsbörse für IT-Fachkräfte

Das Arbeitsmarktservice bringt eine neue Plattform für die Personal- und Stellensuche im IT-Bereich ins Web.



Ab sofort bietet das Arbeitsmarktservice Österreich (AMS) eine Vermittlungsbörse für IT-Fachkräfte im Internet.

In der neu geschaffenen Informationsplattform haben Unternehmen der IT-Branche die Möglichkeit, offene Stellen anzubieten und nach Fachpersonal aus dem In- und Ausland zu suchen. IT-Fachkräfte aus der ganzen Welt können sich als BewerberInnen in die Datenbank eintragen oder dort nach einer geeigneten Stelle suchen.

„Über die Plattform bieten wir Unternehmen und Arbeitsuchenden die Möglichkeit, sich rasch und unbürokratisch über den aktuellen Job- und Personalmarkt in der IT-Branche zu informieren und direkt miteinander Kontakt aufzunehmen," erklärt dazu Herbert Böhm, Vorstandsmitglied des Arbeitsmarktservice (AMS). Die Eintragung in die IT-Jobbörse erfolgt durch die Arbeitsuchenden und Unternehmen selbst und ist unabhängig von einer offiziellen Meldung beim AMS.

Nach einer Untersuchung des Wirtschaftsforschungsinstituts (WIFO) werden in Österreich bis 2003 zusätzlich 13.000 Arbeitskräfte im IT-Bereich benötigt. Um dem Fachkräftemangel in der IT-Branche entgegenzuwirken, werden seit August 2000 ausländische StaatsbürgerInnen, die nicht aus dem EWR kommen, aber einen Fachhochschul- oder Universitätsabschluß im IT-Bereich vorweisen können, rasch und unbürokratisch zur Beschäftigung in Österreich zugelassen.

http://www.ams-itjobs.at

Partnerschaft bei E-Learning

bit media e-Learning Solution und Novasys Canada, gehen im boomenden E-Learning Markt eine langfristige Partnerschaft ein.

Ziel der Kooperation ist es, gemeinsam State-of-the-Art E-Learning-Produkte und Wissensmanagement-Systeme anzubieten. Den Kern des Angebotes bilden bit medias SITOS und Novasys' TrainingOffice.

Novasys wird die Lernplattform SITOS sowie die multimedialen elektronischen Lernprogramme von bit media, vor allem den Internationalen Computerführerschein (International Computer Driving Licence, ICDL) - eine internationale Version des Europäischen Computerführerscheins (European Computer Driving Licence, ECDL) - im nordamerikanischen Markt vertreiben.

bit media wird Novasys' TrainingOffice, die innovative E-Learning und Wissensmanagement-Plattform, bewerben und verkaufen. Neue Systembestandteile wollen beide Unternehmen in intensiver Zusammenarbeit entwickeln. Zielgruppe sind vor allem amerikanische Unternehmen mit Niederlassungen in Europa. Ein weiterer wesentlicher Faktor bei der Entwicklung neuer Produkte sind für bit media und Novasys Kooperationen mit den wichtigen Universitäten ihrer jeweiligen Herkunftsländer

http://www.bitmedia.cc

Lehrgang zum „E-Business-Manager"

Der effektive Einsatz des Internets für geschäftliche Transaktionen wird immer wichtiger und hilft, vorhandene Märkte auszuschöpfen sowie neue Märkte zu erschließen.

Trotzdem bringen viele E-Business-Projekte nicht den erhofften Erfolg, weil sie zu kurzfristig angelegt sind. Die Konsequenz: Ohne ein leistungsfähiges Management können die E-Business-Lösungen nicht erfolgreich sein. Hier setzt dieser Lehrgang zum zertifizierten E-Business-Manager an, der von der ADV Wien entwickelt wurde und in regelmäßigen Abständen durchgeführt wird.

Folgende Inhalte, die auf 3 x 3 Seminartage verteilt sind, werden vermittelt:

- Praxislösungen für E-Business: Unternehmens- und Produktpräsentation im Web, Electronic Procurement, Online-Vertrieb (CRM) und Online-Kataloge, Supply Chain-Management, Konzepte zur Informationsaufbereitung, Lösungen für die Online-Bezahlung
- E-Business-Projekte erfolgreich planen und steuern - Vorgehenskonzepte, Management, Erfahrungsberichte

- Technik und Software zur Realisierung von E-Business-Lösungen: Netzwerk-Technologien, Plattformen, Sicherheitsfragen, Mobiles E-Business, Datenbanken im WWW, Software-Tools, Programmierung im Web, Case-Studies
- Strategien für E-Business-Lösungen entwickeln: Planungen, Wirtschaftlichkeits- und Rentabilitätsüberlegungen
- Rechtsfragen des E-Business: Urheber- und Vertragsrecht, Datenschutz u.a.
- Auswirkungen von E-Business - Implikationen für Geschäftsprozesse und Wertschöpfungsketten
- Geschäftsmodelle für E-Business, Geschäftsprozessoptimierung, Kooperation mit Dienstleistern, Trends, Web-Controlling

Die Module bestehen aus Vortragsteilen, Präsentation von Anwendungslösungen, Fallbeispielen und Gruppenarbeiten sowie Erfahrungsberichten.

http://www.adv.at

Seminare bei Schoeller Network Control

13.-14.11.	Troubleshooting with the Fluke LANMeter
15.-16.11.	Using CyberCop Scanner for Risk Assessment
21.-23.11.	Troubleshooting with the Expert Sniffer Pro
24.11.	SNC User Group
30.11.-1.12.	Implementing Information Security Using PGP
11.12.	RSA/SecurID Workshop - Strong Authentication
12.-14.12.	Windows NT Network Analysis & Troubleshooting

Schoeller Network Control GmbH
Tel: 01/689 29 29-0, Fax: 01/689 29 29-200
E-Mail: snc@schoeller.at, http://www.schoeller.at

schoeller network control
everything under control

Neuer Online-Stellenmarkt

Mit StepStone hat ein europaweit tätiger Online-Stellenmarkt in Österreich seine Pforten geöffnet.

StepStone sieht sich als „Europas führendes Job- und Karriereportal im Internet" und startet in Österreich mit der klaren Ansage, bis Mitte nächsten Jahres Marktführer zu werden. Die Marktführerschaft soll primär durch Wachstum erreicht werden, Akquisitionen seien aber nicht ausgeschlossen. Derzeit ist das Unternehmen bereits in 15 europäischen Ländern tätig.

Das Angebot von StepStone bietet Unternehmen und Arbeitsuchenden das klassische Sortiment einer Internet-Jobbörse. Dazu kommen europaweit ausgeschriebene Spitzenjobs, die das Unternehmen wegen seiner europäischen Präsenz länderübergreifend im Stellenmarkt anbieten kann.

Zufrieden äußerte sich Markus Jaksche, Managing Director von StepStone Austria, über den Start des Unternehmens in Österreich: „Wir konnten in Österreich bereits namhafte Unternehmen als Partner gewinnen. Unsere User greifen somit schon auf mehrere hundert nationale und mehr als 120.000 internationale offene Stellen zu, die von StepStone großteils exklusiv online angeboten werden."

„Arbeitsuche und Stellenvermittlung hängen stark von den lokalen Gegebenheiten und dem kulturellen Hintergrund ab," erläutert Markus Jaksche, Managing Director von StepStone Austria.

StepStone wurde 1994 in Norwegen gegründet. Das börsennotierte Unternehmen erzielte im ersten Halbjahr 2000 in Europa einen Umsatz von rund 22 Millionen Euro. ❑

http://www.stepstone.at

Die DVD kommt!

Vor kurzem noch als Zukunftstechnik angesehen, ist die DVD schon jetzt auf dem besten Weg, sich als Speichermedium für Filme, Spiele und Audio durchzusetzen.

Adolf Hochhaltinger

Einst war die Welt noch soweit in Ordnung: Die Musik war auf der Audio-CD, die Computerdaten auf der CD-ROM und die Videofilme auf der Videocassette. Doch nun kommt eine richtige „Wollmilchsau" auf uns zu: DVD (steht für: „Digital Versatile Disc") ist eine Speicherscheibe, auf der so viel Platz ist, dass fast alles drauf passt: Video, Audio oder Computerdaten.

Genutzt wird die DVD heute hauptsächlich von der Film- und Videoindustrie und von einigen Herstellerfirmen von Computerspielen - und zwar mit durchaus steigender Tendenz.

Ideal für Video

Der Grund ist offensichtlich: Während sich ein Audio-Album problemlos auf einer herkömmlichen CD unterbringen lässt, ist dies bei dem Medium Video nicht der Fall. Hinzu kommt der doch relativ große Platzbedarf der einzelnen Kassette bei der Aufbewahrung und die lange Zugriffszeit. Außerdem ist kaum ein Speichermedium heute noch insgesamt so störungsanfällig und zugleich in der Qualität um soviel schlechter als der Film im Original, wie gerade die Videokassette.

Mithin Grund genug, sich endlich auch für Film und Video nach einem digitalen Speichermedium umzusehen.

Allerdings ist die Menge der Informationen bei einem Film ungleich größer als bei einer Audio-CD, und auch mit ausgeklügelten Kompressionsverfahren kommt ein abendfüllender Spielfilm auf etwa drei bis vier Gigabyte. Das ist viel zu viel für eine CD-ROM - und wer möchte schon drei- oder viermal während eines Spielfilms aufstehen und schnell die nächste Film-CD einlegen müssen?

DVD hat viele Vorteile

So wurde die DVD von Anfang an dazu entwickelt, auch solche großen Datenmengen von einigen Gigabyte auf einer Scheibe zu speichern. Zugleich wurden leistungsfähige

Kompressionsmethoden entwickelt, denn auch diese Kapazität reichte für einen abendfüllenden Spielfilm nur dann, wen man die digitalen Filmdaten stark komprimierte. Das erledigt inzwischen das MPEG-2 Verfahren problemlos, es hat sich weltweit durchgesetzt und wird schon von vielen Fernsehanstalten eingesetzt. Die DVD war somit - zumindest für den privaten Anwender - das erste digitale Speichermedium für das Medium Film. Zudem erfolgt auch hier, wie bei der CD, die Abtastung optisch, es gibt also praktisch keinen Verschleiß des Datenträgers, auch wenn ein Film hundert- oder tausendmal abgespielt wird.
Außerdem hat die Filmwiedergabe von der DVD eine doppelt so hohe Bandbreite wie von einer VHS-Kassette - so klar und detailreich flimmerte ein Film also noch nie über die heimischen Bildschirme.

Zusätzliche Möglichkeiten

Die DVD bietet aber auch zusätzliche Möglichkeiten, die bisher noch kaum realisiert wurden. So können hier neben dem Bild nicht weniger als acht verschiedene Tonspuren aufgespielt werden, zwischen denen der Betrachter wechseln kann. Der Anwender kann sich also beispielsweise den Film „Casablanca“ je nach Gusto entweder in der deutschen Fassung oder in der englischen Originalversion mit den Stimmen von Humphrey Bogart und Ingrid Bergman zu Gemüte führen, die Sprache ist wählbar.

Auch Untertitel können in der DVD in verschiedenen Sprachen zugleich mitcodiert werden, sie werden bei Bedarf abgerufen und sind sonst nicht auf dem Bildschirm sichtbar. Aber auch andere grafische Elemente können zusätzlich - ebenfalls als integriertes „Subpicture“ - mitcodiert werden, insgesamt sind nicht weniger als 32 „Subpicture“-Ströme nebeneinander möglich. Auch für Videospiele bieten diese „Subpictures“ viele bisher noch kaum genutzte Möglichkeiten, beispielsweise für die Menüsteuerung innerhalb des Spiels, für Hinweise, Statusanzeigen.

Auch eine weitere Möglichkeit namens „Multiple Angles“ bietet die DVD: Der Anwender kann zwischen mehreren Kameraeinstellungen wählen und so ein sportliches (oder anderes) Geschehen wahlweise aus verschiedenen Blickwinkeln sehen. Diese Möglichkeit wird übrigens auch gerne von Pornofilmen genutzt. Nicht zuletzt ist die DVD auch noch billiger in der Herstellung und in einigen Jahren, wenn auch hier entsprechende Stückzahlen gepresst werden, dürften die Preise daher merklich sinken - außer für die jeweiligen Spitzenfilme natürlich, sie sind ja stets die Geldbringer und werden wohl auch in Zukunft teurer gehandelt werden als andere Filme, ungeachtet der Kosten für den Datenträger.

Laufwerke auch für PCs

Während die Unterhaltungsindustrie heute vor allem den DVD-Player als eigenes, fertiges Gerät forciert, das dann wohl meist neben Videorecorder und CD-Player im Wohnzimmer steht, gibt es daneben auch DVD-Laufwerke zum Einbau in den PC. Auch diese sind derzeit ausschließlich DVD-Player; Filme aus dem Fernsehen oder aus anderer Quelle selbst auf einer beschreibbaren DVD aufzunehmen, geht mit all den heute verfügbaren DVD-Laufwerken noch nicht.

Übrigens: Laufwerke, die auch aufnehmen können, werden gerade in den Labors fertig entwickelt und werden wohl erstmals etwa um Weihnachten 2001 im Handel sein. Bis Jahresende 2000 dürften kaum ein Hersteller diese neue Geräteklasse fertigbekommen (wollen?), schließlich sollen ja erst einmal all die jetzt vertriebenen DVD-Player den Markt erobern und in größeren Stückzahlen verkauft werden - möglichst noch bevor die nächste Gerätegeneration der aufnahmefähigen DVD-Recorder in den Schaufenstern steht und ihnen das Wasser abgräbt.

Übrigens (nur als Hinweis): Wem es ausdrücklich um das Aufnehmen von (TV-) Filmen geht, beispielsweise zum nachträglichen Ansehen zu beliebiger Zeit, und der trotzdem nicht darauf warten will, bis die DVD-Geräte endlich das Aufnahmen gelernt haben, für den gibt es (als wohl derzeit besten Tip) die Gerätegruppe Harddisk-Recorder. Diese Geräte können bis zu vier Stunden Video oder TV auf ihre Festplatten bannen, bieten ebenfalls beste, weil digitale TV-Qualität und können ein und denselben Film live aufnehmen und zugleich auch schon wieder zeitversetzt abspielen. Funktionen, die (zumindest heute noch) kein DVD-Gerät der Welt bietet.

Derzeit nur Wiedergabe

Das bedeutet, dass man mit diesen heutigen DVD-Laufwerken vor allem Videofilme am PC wiedergeben kann. Das kann eine interessante Lösung sein, wenn man Filme gerne auf dem Monitor ansieht - den meisten Anwendern ist jedoch das Bild auf einem PC-Monitor viel zu klein. Trotzdem hat diese Anwendung ihren Sinn, und zwar insbesondere bei Einsatz eines Videoprojektors. Sobald also ein Video beziehungsweise ein Film einem größeren Publikum präsentiert werden soll, ist ein PC (oder Notebook) mit DVD-Laufwerk plus Projektor ein leistungsfähiges und sinnvolles Gespann für derlei Events.

Auch der Anschluss eines großen Videomonitors an den PC ist in vielen Fällen mög-

lich, allerdings muss die hier verwendete Grafikkarte dies erlauben. Dann ist damit eine hervorragende Bildqualität möglich - wenn der Monitor groß genug ist.

Noch etwas: Alle Filme auf DVD tragen einen Regionalcode, der die Welt in sechs Bereiche aufteilt (USA = 1, Europa und Nahost = 2, usw.). Dementsprechend sollen (zumindest nach dem Verständnis der DVD-Anbieter) Filme auf DVD nur in „ihrer“ Region funktionieren; der Grund sind Marketingrechte: In Europa verdienen zum Teil andere Firmen an den verkauften Filmtiteln als in den USA, und diese penibel ausgehandelte Ordnung soll möglichst auch weiterhin aufrecht bleiben.

Trotzdem gibt es dem Vernehmen nach immer wieder DVD-Player, die entweder durch Bedienungstricks oder durch einen „kleinen Umbau“ dazu gebracht werden können, auf die Abfrage des Regionalcodes zu vergessen. Allerdings sind beispielsweise USA-Filme meist nicht nach dem PAL-System codiert und haben auch keine deutsche Tonspur - die Wiedergaben auf einem europäischen Fernsehgerät stößt hier also auf grundsätzliche Probleme, bei der Wiedergabe auf einem PC ist dies allerdings oft durchaus anders.

Spiele von der DVD

Die zweite große Anwendung für die DVD, die zudem am Fernsehgerät wohl selten so komfortabel und vielseitig bedient werden kann, sind interaktive Videospiele. Hier ist die CD-ROM schon längst an die Grenzen ihrer Leistungsfähigkeit gestoßen, sowohl was die Datenmengen betrifft (viele Spiele umfassen heute bereits mehrere CD-ROMs) als auch bezüglich der nur mit der DVD-Technik realisierbaren zusätzlichen Spielfunktionen.

In beiden Punkten bietet die DVD die vielfältigeren Möglichkeiten. Durch die digitale Speicherung etwa kann der Spielverlauf von einem Handlungsstrang ohne jede Unter-

brechung zu einem anderen wechseln, es können zusätzliche Elemente (Statusanzeigen, Hinweise, Bedienungsmenüs oder zusätzliche Informationen) eingeblendet werden, das Spiel kann hier gleich in mehreren Sprachen präsent sein, und vieles andere mehr.

Decoder - hard oder soft?

Einer der beiden wichtigsten Gründe, sich auf derlei einzulassen, anstatt gleich einen DVD-Player aus der Abteilung für Unterhaltungselektronik zu kaufen, ist die finanzielle Ersparnis.

Aber Achtung: Die digital (im MPEG-2 Format) gespeicherten Bildinformationen sind stark komprimiert und müssen vor der Wiedergabe erst elektronisch in ein „normales" Bild zurückverwandelt werden. Das besorgt der Decoder - und der kann beim PC sowohl ein Hardwarebaustein als auch ein Programm sein. Für die Decodierung mittels Software muss der PC allerdings ausreichend schnell sein; hier liegt die „Schallmauer" bei 400 MHz, langsamere Rechner können dabei nicht mithalten.

Ist im Haushalt ein schneller PC vorhanden, so reduzieren sich die Ausgaben auf ein DVD-Laufwerk (gibt es schon für unter 2.000,- Schilling) und einen Software-Decoder (ab ca. 250,- Schilling erhältlich), und schon kann man DVD-Videos am Bildschirm des Monitors ansehen. (Nur der Vollständigkeit halber: Eine Soundkarte setzen wir bei einem modernen PC mit mehr als 400 MHz Taktfrequenz inzwischen als gegeben voraus). Mit einem langsameren Rechner sollte man möglichst einen Hardware-Decoder (erhältlich schon ab ca. 1.500,- Schilling) verwenden, der dem Prozessor diese Arbeit abnimmt. Nur dann kommt auch die langsamere CPU noch mit dieser Datenflut zurecht. Mit einem Hardware-Decoder ist allerdings auch schon ein 166 MHz schneller Pentium DVD-tauglich. Manchmal ist auch ein spezieller Kompromiss möglich, bei dem ein zusätzlicher Hardwareteil, wie er in manchen Grafikkarten eingebaut ist, dem Prozessor einen Teil seiner Decoder-Arbeit abnimmt, ohne dass deswegen gleich ein 400-MHz-Rechner angeschafft werden müsste. Hier spielt die Verträglichkeit der verschiedenen Hardwareelemente untereinander allerdings eine große Rolle, da sollte man deshalb unbedingt die betreffenden Teile auf dem eigenen PC ausprobieren, es kann sonst böse Überraschungen geben.

Fazit

Wer vor allem an interaktiven Spielen interessiert ist, für den wird ein DVD-Laufwerk allmählich interessant - auch wenn die Spielehersteller längst nicht so schnell auf das neue Medium umstellen wie die Filmindustrie.

Wer einen PC (ab ca. 400 MHz) plus einen ausreichend großen Monitor (oder einen Video-Projektor) zur „Video-Abspielmaschine" umrüsten will, für den bietet ein Einbau-DVD-Laufwerk für den PC um knapp 2.000,- Schilling eine recht preiswerte Alternative zu den fixfertigen DVD-Playern um etwa 5.000,- bis 8.000,- Schilling. Für langsamere PCs (etwa ab 160 MHz) ist zusätzlich ein Hardware-Decoder unbedingt erforderlich. Auch sollte man hier die einzelnen Systeme vorher unbedingt miteinander in ihrer endgültigen Zusammenstellung erproben. Hier steckt, wie man hört, der Teufel vor allem in den Details von richtiger Konfiguration und reibungsloser Zusammenarbeit der einzelnen Elemente.

Insgesamt wird der große Boom der DVD als Datenträger etwa für Spiele oder für umfangreiche Enzyklopädien wohl erst in ein oder zwei Jahren kommen. Die Videoindustrie könnte allerdings schon bald ihr Anwendungssegment der DVD-Anwendung „wachküssen". Denn diese relativ neue Art der Datenspeicherung hat zweifellos eine große Zukunft. ❑

Voller Speed: CD-RW-Writer CD W512E

Das TEAC CD W512E CD-RW-Drive mit ATAPI/IDE-Schnittstelle bietet eine Write- beziehungsweise Rewrite-Geschwindigkeit von 12x/10x.

Der CD-W512E arbeitet im WriteModus mit 12x-Schreibgeschwindigkeit und im Rewrite-Modus mit 10x-Geschwindigkeit. Beim Lesetempo legt das Laufwerk noch einen „Zahn" zu; hier wird bei 32x-Speed eine Datentransfer-Rate von maximal 4,8 MB/s erreicht.

In Kombination mit der mittleren Zugriffszeit von nur 85 ms und dem 4 MB Datenpuffer weist das TEAC Laufwerk damit sehr gute Werte auf. Der große Datenpuffer trägt wesentlich dazu bei, die CPU des Rechners zu entlasten.

Bis zu 650 MB oder 74 Minuten Audio-Files lassen sich mit allen gängigen CD-Formaten aufzeichnen. Zudem unterstreicht die getestete MTBF-Zeit (Mean Time Between Failure) von 50.000 Stunden die hohe Zuverlässigkeit des Laufwerkes.

Ob man nun konventionelle CD-Rs oder wiederbeschreibbare CD-RWs verwendet, hängt einzig von den Präferenzen (und dem Geldbeutel) des Anwenders ab. Schließlich sind die wiederbeschreibbaren Medien immer noch etwas teurer.

Das Laufwerk läuft am IDE/ATAPI Interface und lässt sich im Plug-and-Play-Verfahren schnell installieren. Das TEAC CD-W512E wird im Kit mit zwei CD-R-Rohlingen, Premastering Software für Windows, Anschlusskabeln, Treibern sowie einer mehrsprachigen „Installation & Information CD" ausgeliefert. TEAC hat auch CD-RW-Laufwerke für die SCSI-Schnittstelle im Programm.

Hayward Trade Desk
Tel. 01/614 88-0
http://www.hayward.at

Plextor stellt seinen neuen CD-ReWriter vor: den PlexWriter 12/10/32S mit BURN-Proof Technologie und UltraSCSI-Schnittstelle.

PlexWriter 12/10/32S: Perfektes „All- in One“ für CD-ReWriting

Der PlexWriter 12/10/32S ist das ideale Gerät für private wie auch für gewerbliche Anwender, um CDs zu kopieren, umfangreiche Daten zu archivieren oder um Multimedia-Anwendungen zu gestalten. Sie können mit diesem „All-in-One“-Gerät CDs beschreiben, erneut beschreiben und lesen - und dies bei größtmöglichen Geschwindigkeiten:

- 12 x Beschreiben
- 10 x Wiederbeschreiben
- 32 x Lesen

Erhältlich ist das Laufwerk mit der CD-Recording Software WinOnCD + PacketC + BackMeUp (Windows 95/98), WinOnCD + DirectCD (Windows 2000/NT) sowie der Plextor Utility Software (PlexTools). Dazu gibt es noch ein Handbuch in zwölf Sprachen, Montageschrauben und Audiokabel.

BURN-Proof-Technologie

Eines der größten Probleme beim Brennen von CDs ist das Unbrauchbarwerden von Medien während des Brennvorgangs, auch als „Buffer Underrun“ bezeichnet. Zu diesen Buffer Underruns kommt es, wenn der PC während des Brennvorgangs nicht in der Lage ist, Daten ausreichend schnell zu liefern. Dies kann zum Beispiel durch einen langsamen PC, Multitasking, Netzwerk- oder Schnittstellenprobleme verursacht werden. Aus diesem Grunde muss der CD-Recorder beim Start zunächst eine ausreichende Datenmenge in seinen Datenpuffer laden. (Beim PlexWriter 12/10/32S hat dieser eine Größe von 4MB). Dieser Puffer dient dazu, kurze Unterbrechungen des Datenflusses vom PC aufzufangen.

Buffer Underruns treten auf, wenn der Inhalt des Datenpuffers geringer ist, als die Aufnahmekapazität des CD-Recorders. Die aktuellste CD-Rekorder-Generation von Plextor setzt die modernsten technologischen Entwicklungen ein, um den oben genannten „Buffer Underrun“ zu vermeiden. Diese Technologie wird auch als ***BURN-Proof*** (**B**uffer **U**nder**R**u**N proof**) bezeichnet.

Sobald der CD-Recorder mit dem Brennvorgang beginnt, wird der Status des Puffers permanent kontrolliert. Kurz bevor das Auftreten eines Buffer Underrun wahrscheinlich wird (normalerweise wenn der Puffer auf unter 10% der maximalen Kapazität schrumpft), unterbricht der CD-Recorder, ab einer bestimmten Stelle auf der CD, den Brennvorgang.

Unterdessen versucht der CD-Recorder weiter, Daten vom PC zu erhalten und den Puffer wieder aufzufüllen. Währenddessen hat die BURN-Proof Schaltung ermittelt, wo der letzte Sektor erfolgreich geschrieben wurde. Ausgehend von der Position des letzten erfolgreich geschriebenen Sektors positioniert die BURN-Proof Schaltung den Optical Pickup. Sobald der Puffer wieder aufgefüllt ist, nimmt der CD-Recorder den Brennvorgang wieder auf.

Umfangreiche Gewährleistung

Beruhigend ist für Sie auch die umfangreiche Gewährleistung, die Plextor auf seine Laufwerke gibt. Dabei können Sie sich im Fall des Falles nicht nur an Ihren Händler, sondern auch an Plextor direkt werden.

Für den PlexWriter 12/10/32S gilt die spezielle „Garantie Abholung an Ort und Stelle“ von Plextor, laut der der Endbenutzer, Händler oder Vertreiber im Falle eines Defektes sein Produkt kostenlos Plextor zurückschicken kann.

Wichtig: Für Service-Rücksendungen an Plextor ist eine RMA-Nummer unbedingt erforderlich (E-Mail: rma@plextor.be, Fax: 0032-2/7180390.

Hayward Trade Desk
Tel. 01/614 88-0
http://www.hayward.at

Hersteller	Produktname	TYP				Interface		Lesegeschwindigkeit	Schreibgeschwindigkeit	Besonderheiten	Endpreis	Bezugsquelle
		CD-ROM	CD-RW Recorder	DVD	CD-ROM Wechsler Magazingröße	AT-IDE Bus	SCSI					
ASUS	CD-S500	✔				✔		50x		~	ca. 900,- ATS	NDS 01/901 80-0
ASUS	DVD-E608	✔		✔		✔		8x/40x		Double Dynamic Suspension System mit Antivibrationsarchitektur	ca. 1.900,-	NDS 01/901 80-0
CREATIVE LABS	CD-RW Blaster	✔	✔			✔		32	12/10	Burn Proof-Technologie, Kopfhörerbuchse, Lautstärkeregler, Nero 5.0 Burning ROM CD Creator Software	ca. 5.490,- ATS	Darius HandelsgmbH & Co KG 01/285 86 85-0
CREATIVE LABS	DVD Encore 12x	✔		✔		✔		12/40		Creative PC-DVD-Player, Creative LAVA Player u.a.	a.A.	Darius HandelsgmbH & Co KG 01/285 86 85-0
CYBERDRIVE	CY-50X/RET	✔				✔				Retail-Box	624,- ATS	Hayward Computer Peripherie 01/614 88-0
CYBERDRIVE	CY-DM 832D	✔		✔		✔		8/32		Bulk	ca. 1.848,- ATS	Hayward Computer Peripherie 01/614 88-0
GOLDSTAR	Goldstar CRD8520B	✔				✔		52		Bulk oder Retail-Version	ca. 684,-	Hayward Computer Peripherie 01/614 88-0
GOLDSTAR	Goldstar DRD-1248/Bulk	✔		✔		✔		12/40		Ohne MPEG-Karte und Zubehör, mit Regionalcode 2	ca. 1.752,- ATS	Hayward Computer Peripherie 01/614 88-0
GOLDSTAR	Goldstar W8083B		✔			✔		32	4/4	Bulk, ohne Zubehör	ca. 1.884,- ATS	Hayward Computer Peripherie 01/614 88-0
HEWLETT PACKARD	CD-Writer 8230e		✔					6	4/4	USB-Anschluss, inkl. Adaptec Direct CD, HP Fast Format, HP Simple Format, Broderbund Multi-Media Organiser Deluxe, ACID Music Creator u.a.	ca. 3.990,- ATS	Hewlett-Packard 01/250 00-0
HEWLETT PACKARD	CD-Writer 9150i		✔			✔		32	8/4	Inkl. Adaptec Direct CD, HP Fast Format u.a.	ca. 2.990,- ATS	Hewlett-Packard 01/250 00-0
HEWLETT PACKARD	CD-Writer 9350i		✔			✔		32	10/4	Inkl. Adaptec Direct CD, HP Fast Format, HP Simple Backup, Broderbund Multimedia u.a.	ca. 3.990,- ATS	Hewlett-Packard 01/250 00-0
HEWLETT PACKARD	CD-Writer 9600se		✔				✔	32	12/8	Inkl. Adaptec Direct CD, HP Fast Format, HP Simple Format, Broderbund Multi-Media Organiser Deluxe, ACID Music Creator u.a.	ca. 5.490,- ATS	Hewlett-Packard 01/250 00-0
HEWLETT PACKARD	CD-Writer 9600si		✔				✔	32	12/8	Inkl. Adaptec Direct CD, HP Fast Format, HP Simple Format, Broderbund Multi-Media Organiser Deluxe, ACID Music Creator u.a.	ca. 4.790,- ATS	Hewlett-Packard 01/250 00-0
IOMEGA	Iomega CDRW-Writer		✔			✔		32	8/4	Adaptec Easy-CD Creator, Iomegaware	ca. 2.892,- ATS	Hayward Computer Peripherie 01/614 88-0
JVC	MC-2100	✔		✔	100		✔			CD/DVD im Netzwerk, bietet außerdem einen integrierten Farbdrucker (MC-2100P) zum direkten Bedrucken von Medien	a.A.	array DATA GmbH 01/334 48 86-0
JVC	MC-2200	✔		✔	200		✔	32/4	4/12	CD/CD-R/DVD im Netzwerk	a.A.	array DATA GmbH 01/334 48 86-0
JVC	MC-2600	✔		✔	600		✔	32/4	12	Insgesamt bis zu 390GB, 12 Laufwerke zu je 50 CDs	a.A.	array DATA GmbH 01/334 48 86-0
JVC	MC-7100/7200/7600			✔	max. 600		✔			DVD-RAM Laufwerke, je anch Modell bis zu einer max. Speicherkapazität von 1,6TB	a.A.	array DATA GmbH 01/334 48 86-0
NEC	NEC CDN 3010	✔					✔	40		~	1.308,- ATS	Omega Ges.m.b.H. 01/615 49 00-0
NEC	NEC DV-5700	✔		✔		✔		8/40		~	2.268,- ATS	Omega Ges.m.b.H. 01/615 49 00-0
NEC	NEC NR-7500		✔				✔	32	8/4	~	2.988,- ATS (Retail)	Omega Ges.m.b.H. 01/615 49 00-0
NSM	CDR 100	✔		✔	100		✔			Einsteiger-Jukebox	a.A.	array DATA GmbH 01/334 48 86-0
NSM	Comet			✔	135		✔			DVD-RAM, netzwerkfähiges Speichersystem inkl. NT basierender Softwarelösung mit Komfort einer Festplatte, Hot-Swap fähig	a.A.	array DATA GmbH 01/334 48 86-0
NSM	Mercury	✔		✔	150		✔			Kompakte Jukebox, SAP und iXOS Archive zertifiziert	a.A.	array DATA GmbH 01/334 48 86-0
NSM	NSM 4000	✔		✔	max. 430		✔			Bis zu 2TB Kapazität, CD, DVD-ROM, DVD-RAM, Hot-Swap im laufenden Betrieb	a.A.	array DATA GmbH 01/334 48 86-0

Hersteller	Produktname	TYP				Interface		Lesegeschwindigkeit	Schreibgeschwindigkeit	Besonderheiten	Endpreis	Bezugsquelle
		CD-ROM	CD-RW Recorder	DVD	CD-ROM Wechsler Magazingröße	AT-IDE Bus	SCSI					
NSM	NSM 6000	✔		✔	max. 620		✔			Jukebox für CD-ROM, DVD-ROM, DVD-RAM, modular konfiurierbar, bis zu max. 2,9TB	a.A.	array DATA GmbH 01/334 48 86-0
PHILIPS	PCRW804K	✔	✔			✔		32	8/4	Inkl. div. Software, Tool zur Datenkonvertierung etc., animierter Guide zur CD-Erstellung für Einsteiger	ca. 2.990,- ATS	Philips 01/601 01-0
PLASMON DATA	D120/D240/D480 Jukebox	✔		✔	120-480		✔	24		Jukeboxen unterschiedlicher Größe für 24x CD-ROM, 4x/8x CD-Recordable, 2.6GB DVD-RAM, bis max. 480 CDs; 4/6 Laufwerke	a.A.	array DATA GmbH 01/334 48 86-0
PLEXTOR	Plextor 40NTSI	✔						40		Retail, auch externe Version verfügbar	1.344,- ATS	Hayward Computer Peripherie 01/614 88-0
PLEXTOR	Plextor ST432CS/ST732CS Tower	✔			4/7		✔	32		4- bzw. 7-fach CD-ROM Tower	ca. 17.964,- / 28.008,- ATS	Hayward Computer Peripherie 01/614 88-0
PLEXTOR	Plextor W1210TA		✔			✔		32	12/10	Burn Proof Technologie, inkl. WinOnCD-Software, Packet CD, BackMeUP u.a.	ca. 4.548,- ATS	Hayward Computer Peripherie 01/614 88-0
PLEXTOR	Plextor W1210TS		✔				✔	32	12/10	Ultra SCSI, Burn Proof Technologie, inkl. WinOnCD-Software, Packet CD, BackMeUP u.a.; ab Dezember auch in externer version	ca. 6.204,- ATS	Hayward Computer Peripherie 01/614 88-0
PLEXTOR	Plextor W124TSI		✔				✔	32	12/4	WinOnCD-Software, inkl. Medien, auch externe Version verfügbar, Ultra SCSI	ca. 5.376,- ATS	Hayward Computer Peripherie 01/614 88-0
TEAC	TEAC CD-540E					✔		40		Bulk	756,- ATS	Hayward Computer Peripherie 01/614 88-0
TEAC	TEAC CD-R-Copy Station		✔				✔	32/24	8	Je 4xCDR-Writer (8/24) und 1xCD-ROM (32x)	ca. 28.638,- ATS	Hayward Computer Peripherie 01/614 88-0
TEAC	TEAC CD-R-Copy Station Single		✔				✔	32/24	8	Je 1xCD-Writer (8/24) und 1xCD-ROM (32x)	ca. 10.596,- ATS	Hayward Computer Peripherie 01/614 88-0
TEAC	TEAC CD-W512EK		✔			✔		32	12/8	WinOnCD Software; Version für SCSI ab Dezember	4.320,- ATS	Hayward Computer Peripherie 01/614 88-0
TEAC	TEAC CD-W54EK		✔			✔		32	4/4	WinOnCD Software	2.532,- ATS	Hayward Computer Peripherie 01/614 88-0
TEAC	TEAC CDS 7E/14E	✔			7/14		✔	32		7- bzw. 14-fach CD-ROM-Server	27.576,- / 44.652,- ATS	Hayward Computer Peripherie 01/614 88-0
TOSHIBA	Toshiba SD-M1401 DVD-ROM Bulk	✔		✔			✔	10/40		Ohne Zubehör u. MPEG-Karte; Retail-Version: ca. 2.400,- ATS	2.544,- ATS	Hayward Computer Peripherie 01/614 88-0
TOSHIBA	Toshiba SD-R1002K Combo		✔	✔		✔		4/24	4/4	Div. Software, MP3-Player SW, DVD-Software MPEG	ca. 3.888,- ATS	Hayward Computer Peripherie 01/614 88-0
TOSHIBA	Toshiba SD-W2002 DVD-RAM			✔		✔		6/24	2	DVD-RAM 4,7GB, Bulk	a.A.	Hayward Computer Peripherie 01/614 88-0
TOSHIBA	Toshiba XM6702B	✔				✔		48		Bulk, ohne Zubehör	840,- ATS	Hayward Computer Peripherie 01/614 88-0
YAMAHA	Yamaha CRW2100E-WIN		✔			✔		40	16/10	Inkl. 1xCRW, 1xCDR-Medium, Adaptec Easy CD Creator & Direct CD Software, Kabel etc.	ab November	Hayward Computer Peripherie 01/614 88-0
YAMAHA	Yamaha CRW2100S-WIN		✔				✔	40	16/10	Inkl. 1xCRW, 1xCDR-Medium, Adaptec Easy CD Creator & Direct CD Software, Kabel etc.; auch externe Version für SCSI bzw. Firewire erhältlich	ab November	Hayward Computer Peripherie 01/614 88-0
YAMAHA	Yamaha CRW8824E-WIN		✔			✔		24	8/8	Inkl. Medien, WinONCD 3.7 und Packet-CD 3.01, Kabel	ca. 3.228,- ATS	Hayward Computer Peripherie 01/614 88-0
YAMAHA	Yamaha CRW8824S-WIN		✔				✔	24	8/8	Inkl. Medien, WinONCD 3.7 und Packet-CD 3.01, Kabel,	ca. 3.996,- ATS	Hayward Computer Peripherie 01/614 88-0
YAMAHA	Yamaha CRW8824SX-WIN		✔				✔	24	8/8	Externes Modell, auch für Firewire erhältlich, inkl. Medien, WinONCD 3.7 und Packet-CD 3.01, Kabel	ca. 5.160,- ATS	Hayward Computer Peripherie 01/614 88-0

Lotfi Zadeh, „Vater" der Fuzzy Logik, weilte in Wien. Stefanie Witta führte mit ihm nachfolgendes Gespräch.

Weder „Ja" noch „Nein"...

Anlässlich des Wiener Weltkongresses, den die „Österreichische Gesellschaft für Mess- und Automatisierungstechnik", ÖGMA, als offizielles österreichisches Mitglied der internationalen Organisation Imeko veranstaltete, kam Lotfi Zadeh vom MIT, Berkeley, nach Wien. Der „Vater" von Fuzzy Logic, führte in seinem Plenarvortrag „Von der Berechnung mit Zahlen zur Berechnung mit Worten - von der Manipulation von Messungen zur Manipulation von Wahrnehmungen" zwei Hauptgründe für Computing mit Wörtern an: wenn nämlich die verfügbare Information zu ungenau ist, um den Gebrauch von Zahlen zu rechtfertigen und wenn der Spielraum für Ungenauigkeit genutzt werden kann, um Stabilität, Robustheit, geringe Kosten für die Gesamtlösung und bessere Übereinstimmung mit der Wirklichkeit zu erzielen. Die Nutzung des Ungenauigkeitsspielraums ist in der Wortverarbeitung von zentraler Bedeutung.

Wie haben Sie die „unscharfe Logik" entdeckt?

Eigentlich bin ich Elektrotechniker, aber mit einem starken Hang zur Mathematik. Nun ist die Mathematik sehr präzise, aber die reale Welt ist sehr ungenau. Allmählich verstand ich, dass man etwas tun musste, um diese Kluft zu verringern. 1965 hatte ich Klarheit erlangt und brachte meine Theorie zu Papier. Die ersten Reaktionen darauf waren sehr gemischt, überwiegend negativ.

Ich musste für meine „unscharfen Mengen" aber erst einen respektablen Namen finden. Ich konnte aber kein respektables englisches Wort dafür finden. Der einzige Begriff, der zwar nicht sehr respektabel, aber dafür zutreffend war, lautete „Fuzzy". Dabei war mir bewusst, dass diese an sich negativ geladene Bezeichnung problematisch sein würde. So waren auch die meisten negativen Reaktionen mehr auf das Fuzzy zurückzuführen als auf die Methode selbst.

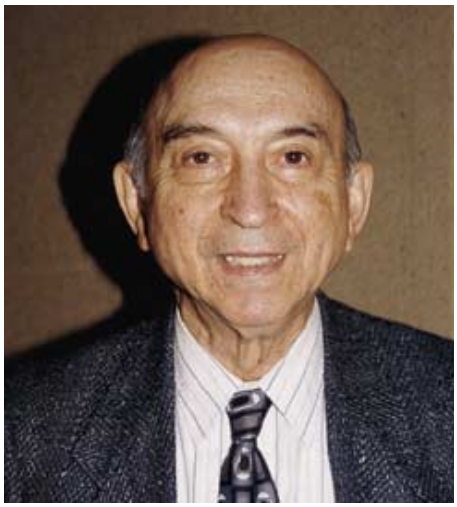
Trotz der vielen Vorteile der Fuzzy Logic wird sie aber bis heute, 35 Jahre später, immer noch kaum in Schulen und Universitäten gelehrt. Wie sollen wir die Jugend ausbilden, um der heimischen Wirtschaft mehr profitable Fuzzy-Anwendungen zu ermöglichen?

Dieses Problem muss in jedem Land für sich gelöst werden. In Österreich kam Fuzzy nicht so richtig an, bloß ein oder zwei Experten lehren hier Fuzzy Logic, einer davon ist der Hagenberger Professor Klement. In Deutschland setzte sich Fuzzy viel stärker durch. So setzen etwa Siemens, Bosch, die Autoindu-

strie mit BMW und Volkswagen und viele andere Industrieunternehmen Fuzzy ein. Dort werden die Studenten auch an verschiedenen Universitäten für Fuzzy-Industrieanwendungen ausgebildet. In Spanien hat sich Fuzzy an den Universitäten und in der Industrie gut durchgesetzt, in Frankreich eher an den Universitäten. In Italien gibt es großes Fuzzy-Institut mit über 200 Mitarbeitern, die Applikationen entwickeln. In Asien ist Fuzzy in Lehre und Wirtschaft weit verbreitet. Auch in Russland gibt es vielfältige Anwendungen. Insgesamt entsteht ein steigender Bedarf in der Wirtschaft und an den Universitäten.

In Österreich kam Fuzzy nicht so richtig an, bloß ein oder zwei Experten lehren hier Fuzzy Logic

Wie wird Fuzzy Logik von den Anhängern der Artificial Intelligence aufgenommen?
Sie sind sehr skeptisch, wenn auch nicht direkt negativ eingestellt.
Wie sehen Sie die Zukunft von Fuzzy Logic? Bald werden ja die Befehle in Computerprogrammen und Internetanwendungen mit natürlicher Sprache erfolgen. Sind das mögliche Fuzzy-Anwendungen?
Ohja, es wird sich auch bei Datenbankabfragen, wie sie im Internet üblich sind, immer mehr durchsetzen. Es erscheinen ja auch immer mehr Bücher, die zeigen wie es geht.
Woran arbeiten Sie jetzt gerade?
Ich bin trotz meines Alters jetzt mehr auf meine Forschung konzentriert als jemals zuvor in meinem Leben. Ich fühle, dass die Richtung stimmt und meine Arbeit Einfluss auf die Zukunft hat. Nach Wien fliege ich zu einer Fuzzy-Logic Konferenz in Japan. Dort hat mich jeder schon oftmals gehört, also muss ich diesen Leuten etwas Neues bieten. Das treibt mich an, ist meine Herausforderung.
Glauben Sie, dass Chaostheorien und Quantum Computing bald Eingang in Fuzzy Logic finden werden?
Ich glaube an Quantum Computing und habe in meinem Institut in Berkeley einige Experten, selbst kenne ich mich nicht so gut aus. Es wird aber noch dauern, bis sich das auf Fuzzy so richtig auswirkt.
Auch bei der Entwicklung von Robotern spielt Fuzzy eine große Rolle.
Ja, in den USA und in Japan. Aber da muss ich ein wichtiges Problem ansprechen: In den USA ist Marketing sehr wichtig, auch die Wissenschafter vermarkten ihre Entwicklungen mit ausgeklügelten Strategien. Außerdem pumpt in den USA die Regierung Millionen Dollar in die Wissenschaft. Auch der Internet-Boom in den USA ist ein Resultat der Regierungszuwendungen in Milliardenhöhe. Ich erhalte beispielsweise für mein Institut in Berkeley zehn Millionen Dollar pro Jahr.
Davon können unsere Universitäten nur träumen
Das ist der Unterschied. In Europa sollte man ein Europäisches Zentrum für fortgeschrittene Forschung und Entwicklung der Informationstechnologie, ähnlich wie es den CERN gibt einrichten. Dieses Zentrum sollte für ganz Europa Forschung und Entwicklung betreiben und Leute ausbilden. Statt dessen haben sie dieses europäische Forschungsprogramm und streuen kleine Förderbeträge. Die Forscher verbringen einen Großteil ihrer Zeit damit, Anträge zu verfassen.



Wenn Europa in seinen starren Strukturen verharrt, wird es auf Sicht Probleme geben.

Und wie sollen wir in Mitteleuropa unseren Bedarf an IT-Technologie decken? Die Universitäten und Höheren Technischen Lehranstalten erhalten immer weniger Geld, um Techniker auszubilden.
Forschung und Lehre in Österreich sind sehr konservativ. Das Universitätssystem sollte erst einmal reformiert werden. Vergessen Sie nie, dass die Welt voller Haie ist.

Das Gesetz des Dschungels regiert die Welt: Fressen oder gefressen werden. Wenn Europa in seinen starren Strukturen verharrt, wird es auf Sicht Probleme geben. ❑

Fuzzy Logic

Fuzzy Logik ist eine Logik, welche die klassische zweiwertige Logik, die nur wahr oder falsch kennt, hinter sich lässt. In der klassischen Logik ist eine Aussage entweder wahr oder falsch, es gilt das Prinzip vom ausgeschlossenen Dritten. Es gibt keine Sätze die gleichzeitig wahr und falsch sind, nichts ist weder wahr noch falsch. Die unscharfe oder „Fuzzy" Logik toleriert diese wahr und nicht wahr Aussage und Begriffe, die weder wahr noch falsch sind. In der Sprache der Fuzzy Logik können Begriffe wie „ein wenig", „so wie", „mehr", „wenig" beschrieben werden.

Der Mensch denkt und handelt eher Fuzzy als zweiwertig, d.h. nicht im Sinn der mathematischen Mengenlehre, sondern im Sinn von Prototypen und deren „mehr oder weniger genaues" Zutreffen. In den Computeranwendungen erhält man linguistisch formulierte Regeln, welche es erlauben, die menschliche Erfahrung möglichst einfach sprachlich einzugeben. Der große Vorteil von Fuzzy Systemen gegenüber anderen Planungssystemen besteht darin, dass mit Fuzzy Logic menschliche Erfahrungen direkt in Lösungen umgesetzt werden.

Dies erlaubt eine schnelle Umsetzung von Ideen in die Praxis und Produktion. Fuzzy unterstützt top down design: Einige allgemeine Regeln erlauben schnell einen Testbetrieb, die detaillierten Verfeinerungen können dann unmittelbar im Betrieb der Anlage formuliert werden.

Anwendungsgebiete sind: intelligente Heizsysteme, Robotersteuerungen, Bildbearbeitung, Mobile Systeme. Fuzzy Logic erlaubt aber auch die Behandlung von sonst nur schwer formalisierbaren Problemen wie Gütekriterien, Kreditwürdigkeit und anderes mehr.

Digitale Bibliothek

Die Directmedia Publishing hat sich ganz auf elektronische Medien spezialisiert. Kürzlich brachte sie etwa die digitale Edition „Dichtung der Antike von Homer bis Nonnos“ auf CD-ROM auf den Markt. Sie vereint 240 Werke von 85 Autoren in modernen Übersetzungen. Wer mehr visuelle Genüsse bevorzugt, der sei auf die 10-CD-ROM-Sammlung „5.555 Meisterwerke“ aus demselben Verlag verwiesen. Diese digitale Sammlung hochauflösender farbiger Bildreproduktionen ermöglicht es, nach Titeln, Malern oder Entstehungsdaten zu recherchieren. Alle Abbildungen lassen sich im Programm betrachten und Bearbeiten, in allen beliebigen Formaten abspeichern oder in andere Programme exportieren.

http://www.digitale-bibliothek.de

Verlag: Ueberreuter, Autor: Christian Reiser ISBN: 3-7064-0712-4

Übersetzen und Reisen

Der Langenscheidt-Verlag hat neben seinen Polyglott-Reisebüchern nun auch schnelle Übersetzungshilfen auf den Markt gebracht. Der „Volltext-Übersetzer Englisch 3.0“ für PC überträgt vollständige Dokumente vom Deutschen ins Englische. Der Anwender muß die Rohfassung nur noch redigieren. Die Oberfläche des Übersetzers entspricht dem vertrauten Windows-Standard, die Ausgangstexte können aus anderen Anwendungen importiert oder direkt aus Word übersetzt werden.

Sollen mehrere Dokumente übertragen werden, so werden diese einfach in eine Auftragsliste eingetragen, die der Volltext-Übersetzer im Hintergrund erledigt. Die Anwendung analysiert und überträgt ganze Sätze und bedient sich dabei eines Systemlexikons mit über 320.000 Einträgen.

Recht nützlich kann der elektronische Übersetzer in vielen der Länder sein, die Polyglott in seinen jüngsten Neuerscheinungen vorstellt. Der umfangreiche APA-Guide New York gibt viele Tips für den „Big Apple“, die kleineren Bände USA: Der Westen bzw. USA: Der Südwesten bieten komprimiertes Wissen im handlichen Taschenformat. In dieser kleinen Polyglott-Serie sind auch Bände über die Azoren, Emilia Romagna, Lombardei oder Zypern erschienen. Ergänzt wird dieses Reisepaket durch aktuelle Reisekarten, etwa über Griechenland, Norditalien, D-A-CH oder die Adriaküste.

Internet

Mit „Das vierte W - Wireless WWW“ geben Gerald Reischl und Heinz Sundt im Signum Verlag einen Ausblick in die Zukunft des Internet. Die Handys der Zukunft werden ihrer Ansicht nach für Verkehrssicherheit und Roadpricing zuständig sein, Dokumente wie Führerschein und Reisepaß verwalten, „Behördenwege“ online durchführen und als digitale Wahlurnen dienen.

Einen etwas anderen Blick auf das Internet wirft Christian Reiser in „Internet - die Sicherheitsfragen. Antworten für Manager und Techniker“ (Ueberreuter Verlag). Jeder Internet-Zugang stellt nämlich ein gewisses Sicherheitsrisiko dar. Effektive Sicherheitseinrichtungen erfordern aber intensive Zusammenarbeit auf organisatorischer, techni-

Verlag: Signum Business, Autoren: Gerald Reischl und Heinz Sundt ISBN: 3-85436-324-9

scher und disziplinarischer Ebene. Das Buch bietet die Basisinformationen, um dieses Thema seriös zu behandeln.

Einen mit über 1.000 Seiten recht umfassenden Einblick in die Telekommunikation bietet das „Handbuch der Telekommunikation“ aus dem Hanser Verlag, verfasst von 28 Fachautoren aus Hochschule und Industrie. Das Buch wendet sich in seinem anwenderbezogenen Aufbau sowohl an Fachleute und Studierende der Telekommunikation als auch an Spezialisten angrenzender Bereiche.

Musik

Wer viel im Büro sitzt freut sich meist über musikalische Abwechslung. Der Verlag Harenberg hat hier bereits mehrere umfassende Führer mit CD-Sammlungen herausgegeben. Der neueste ist der Chormusikführer: Auf 1.024 Seiten mit 813 Abbildungen gibt das Werk einen zuverlässigen Überblick über 675 Werke von rund 250 Komponisten. Der Hauptteil des Buches ist alphabetisch nach Komponisten geordnet. Neben einer Vita werden einzelne Werke hinsichtlich ihrer Entstehung, Besetzung und Aufführungsdauer vorgestellt. Die Redaktion des Fachmagazins „Fono Forum“ hat für viele der 675 vorgestellten Werke CD-Empfehlungen erarbeitet. Zum Buch erschien auch eine 12-CD-Edition mit mehr als 200 Aufnahmen, die eng mit dem Buch verzahnt ist.

Einen anderen Zugang zur Musik wählte der Rütten & Loening Verlag mit „Jazz Singers“. Dieser Bildband bietet Höhepunkte des Jazz in atmosphärischen Photos, ergänzt von Interviews, die die Musikkritiker des legendären „Melody Maker“ mit den Großen des Jazz führten.

Abschied

Der renommierte Birkhäuser-Verlag hat kürzlich angekündigt, sich aus dem Bereich der wissenschaftlichen Sachbücher zurückzuziehen. Unter den letzten erschienen Büchern finden sich Titel wie „Zaubermoleküle. Wie Medikamente, Heilkräuter, Drogen und Alltagsdrogen wirken.“ von Susan Aldridge. Sie beschreibt hier die große Palette von chemischen Verbindungen, die biologische Wirkungen im menschlichen Köper verursachen.

Alexander K. Dewdney widmet sich dagegen ganz einer „Reise in das Innere der Mathematik“ (Birkhäuser). So verschieden die Gesprächspartner des Autors auch sein mögen, sie alle beleuchten seine Frage nach dem Wesen der Mathematik und geben neue Einsichten in die Welt der Zahlen.

Der Anwendung der Mathematik auf die Finanzmärkte nimmt sich Nicolas Bouleau in „Glück und Strategie auf Finanzmärkten“ (Birkhäuser) an. Seit vor 30 Jahren P.A. Samuelson den Nobelpreis für seine finanzmathematischen Entwicklungen erhalten hat, konnte dieses Fach Einzug in die Welt des Geldes halten. Der Mathematikprofessor Bouleau zeigt die neuen Forschungen in dem Spezialgebiet auf und erklärt auch Laien, wie sich die moderne Finanzwissenschaft entwickelt hat. ❑

Verlag: Birkhäuser, Autor: Nicolas Bouleau ISBN: 3-7643-6085-2

Inserentenverzeichnis: 11/2000

Active ISP 31
Allied Telesyn 15
Canon 4.U
Comnet 71
Compaq 11
COM-Training-Computer 103
CSC Austria 13
Data Systems 35
Distrelec 47
D-Link 19
EDV Beratung Erich Stadler 27
Epson 17
Highspeed Cabling 61
Jobs & Adverts 37
Lexmark 63
MA 53 49,50,51
Mensch & Maschine 16
Microcrafix 2.U
Microsoft 99
Monitor 86
Net4You 73
Oracle 7
Otto Sauseng 77
Pürk 75
Sophos 25
Trend Micro 23
Uffix . . . . . .3.U, Beilage
WIFI 103
Wirtschafts Trend 33
Xerox AG CH 29
X-Tech 67
Yamaha 9

Monitor im Internet

http://www.monitor.co.at

Vorschau auf Dezember 2000

Themen:
ASP - Application Service Providing
Präsentationssysteme
Serie: Unternehmensberater
Bluetooth - Drahtlose Kommunikation

Marktview: Daten-/ Videoprojektoren

Direkter E-Mail Kontakt:

Allgemeine E-Mail Adresse . . . . . .office@monitor.co.at
Chefredakteur: DI Rüdiger Maier . . . . . .maier@monitor.co.at
Redaktion: Mag. Dominik Troger . . . . . .troger@monitor.co.at
Anzeigenleitung:
Mag. Engelbert Haidinger . . . . . .haidinger@monitor.co.at
Anzeigenverkauf:
Martina Döller . . . . . .doeller@monitor.co.at
Alexander Havlik . . . . . .havlik@monitor.co.at
David Ortner . . . . . .ortner@monitor.co.at
Anzeigenverwaltung: Hildegard Fatahtouii . . . . . .fatahtouii@monitor.co.at
Technischer Leiter: Gerhard Hegedüs . . . . . .hegedues@monitor.co.at
Layout: Petra Langecker . . . . . .langecker@monitor.co.at

MONITOR ABO-HOTLINE: Tel.: 01-74095-496, E-Mail.: abo.zv@bohmann.co.at

Impressum: Monitor Das Magazin für Informationstechnologie - 18. Jahrgang

Medieninhaber und Verleger: Bohmann Druck und Verlag Ges.mbH & Co KG, Leberstr. 122, A-1110 Wien, Telefon 01/ 74095-410 , Telefax 01/ 74095-425, E-Mail: office@monitor.co.at, www.monitor.co.at - *Chefredakteur:* DI Rüdiger Maier (Mai) - *Redaktion:* Mag. Dominik Troger (dat) - *Redaktion Schwerpunktthemen:* Ilse Wolf, Rudolf Wolf - *Autoren:* Rainer von Ammon, Rainer Doh, Mag. Corinna Fehr, Christian Henner-Fehr, Ing. Adolf Hochhaltinger, Ing. Hannes Jansky, Uwe Kuell, Mag. Werner A. Leeb, Christofer Radic, Attila Pausits, Stefanie Witta (wit) - *Anzeigenleitung:* Mag. Engelbert Haidinger - *Technischer Leiter & Layout:* Gerhard Hegedüs (hege) - *Layout:* Petra Langecker *Anzeigenverwaltung:* Hildegard Fatahtouii - *Aboverwaltung:* Bohmann Aboservice: Tel.:01-74095-496, E-Mail: abo.zv@bohmann.co.at - *Druck:* Gutenberg Ges.m.b.H., A-2700 Wiener Neustadt - *Verlags- und Herstellungsort:* Wien - *Vertrieb:* Morawa - *Bezugspreise:* Siehe Kartenanhang - *Erscheinungsweise:* 11 x im Jahr plus drei Special Issues: „HARDWARE", „SOFTWARE", „KOMMUNIKATION" - *Einzelverkaufspreise:* öS 40,- (Standardausgabe) und öS 95,- (Special Issues). - *Anzeigenpreise:* Es gilt die Anzeigenpreisliste laut Mediadaten 2000 - *Bankverbindung:* Bank Austria - Blz.: 20151, Kto.: 653 092 700, Creditanstalt Bankverein - Blz.: 11000, Kto.: 0066-42763/ 00 - *DVR:* 0408689 - *FBNR:* 9642f/ FB - *Gericht:* HG Wien - *ARA Liz.-Nr.:* 1214 - *UID* ATU10940909

ÖAK
Druckauflage 2. Quartal/2000: 16.000

Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotos wird keine Haftung übernommen. Die veröffentlichten Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Vervielfältigung, Nachdruck oder Übersetzung sind ebenso wie die Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen und das Anbieten über Online-Dienste nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages erlaubt.